

Die örtliche Bauaufsicht für den Brenner Basistunnel wird ausgeschrieben Seite 36

Änderungen für Anteilhaber des Fonds Haig Return Seite 36

Die Pristec AG lädt zur ordentlichen Hauptversammlung Seite 36

Agieren statt abwarten: Der Umgang mit Karenzen und Auszeiten muss vielerorts noch gelernt werden

Aus den Augen – aber nicht aus dem Sinn

Von Rosa Eder-Kornfeld

■ Was aktives Karenzmanagement Unternehmen bringt.

Wien. Auf die berühmten drei Worte „Ich bin schwanger“ reagiert nicht nur so mancher Vater in spe im ersten Moment mit Panik. Auch der über die anderen Umstände einer Mitarbeiterin in Kenntnis gesetzte Arbeitgeber ist oftmals peinlich überrascht – und lässt dann den Dingen ihren Lauf, bis die Kollegin wieder aus der Karenz zurückkehrt.

Es geht auch anders. In der österreichischen Verkehrsbüro-Gruppe etwa wird nichts dem Zufall überlassen. „Wenn eine Mitarbeiterin meldet, dass sie schwanger ist, gibt es für die Führungskräfte eine standardisierte Checkliste, wo drinsteht, was alles zu tun ist“, erzählt Yasmin Aziz-Trebesiner, Leiterin der Abteilung Personalentwicklung und Recruiting von Österreichs größtem Tourismuskonzern, im Gespräch mit der „Wiener Zeitung“.

Ein Babypaket – und mehr

Das Babypaket, das die frischgebackenen Eltern anlässlich der Ankunft des neuen Familienmitglieds erhalten, ist dabei nur ein Punkt auf der Agenda. Die karenzierten Mitarbeiterinnen – an die hundert sind es in der Verkehrsbüro-Gruppe im Jahr – werden regelmäßig über Neuigkeiten aus dem Unternehmen auf dem Laufenden gehalten und zu Veranstaltungen und Netzwerktreffen eingeladen. Sie können weiters – freiwillig – speziell auf Familie und Beruf zugeschnittene Seminare besuchen. „Wir bieten auch die Möglichkeit, während der Karenz geringfügig im Unternehmen zu arbeiten“, betont Aziz-Trebesiner. Ein Wiedereinstiegsgespräch drei Monate vor der ge-

planten Rückkehr dient der Klärung aller offenen Fragen, etwa ob und in welchem Ausmaß die Mitarbeiterin Elternteilzeit in Anspruch nimmt. Eine Karenzbeauftragte fungiert dabei als Schnittstelle zu den Vorgesetzten.

Den Kontakt halten

Nicht nur ein Lippenbekenntnis ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auch beim Linzer Brillenhersteller Silhouette. „Wir haben in der Produktion einen Frauenanteil von fast 70 Prozent“, sagt Personalleiter Tarek El-Dabbagh. Mit 128 verschiedenen Zeitmodellen versucht das Unternehmen, Müttern so weit wie möglich entgegenzukommen, damit sie Job und Familie unter einen Hut bringen. Frauen mit kleinen Kindern müssen auch eine Zeit lang keine Nachtschichten machen.

Zu Müttern, die sich in der Bypause befinden, hält man Kon-



Mama geht bald wieder arbeiten: Die Kollegen im Betrieb freuen sich schon auf die Rückkehrerin, zu der idealerweise der Kontakt in der Karenz nicht abgerissen ist. Foto: fotolia

Nach dem Motto „aus den Augen, aus dem Sinn“ warten Arbeitgeber erst mal ab, anstatt aktiv Karenzmanagement zu betreiben.

„Reden wir darüber“

Angesichts des steigenden Anteils an Müttern – und in zunehmendem Ausmaß Vätern –, die die gesetzliche Möglichkeit der Elternteilzeit in Anspruch nehmen, sei das nicht sehr klug, findet Rieder, Gründer und Chef der Arbeitswelten Corporate Culture & Worklife Consulting. Unternehmen würden gut daran tun, rechtzeitig Modelle für flexibleres Arbeiten zu entwickeln. Er empfiehlt unter anderem, klare Prozesse für die interne Kommunikation einzuführen, um die Wünsche und Pläne der karenzierten Kolleginnen und

Kollegen für die Zeit nach der Karenz auf die Bedürfnisse des Unternehmens abzustimmen.

Es gebe zahlreiche günstige Zeitpunkte, um sich zusammenzusetzen, etwa für ein Rückkehrgespräch. Gerade in diesem Punkt würden Unternehmen ihre Möglichkeiten bei weitem unterschätzen, so Rieder.

Vorteile für alle

Es sei legitim, dass sich Vorgesetzte im Vorfeld Gedanken machen, welche Möglichkeiten des Einsatzes es nach einer Karenz gibt und diese zu artikulieren, statt – wie Rieder betont – „wie das Kaninchen vor der Schlange zu warten, welche Forderung denn wohl kommen mag“.

„Es ist letztlich eine Frage der

Unternehmenskultur“, sagt Romana Steinmetz. Sie ist Projektleiterin von Kompass, einem Kompetenzzentrum für Karenz- und Karrieremanagement, das die oberösterreichische Landesrätin Doris Hummer initiiert hat.

Aktives Karenzmanagement sei keine Sozialleistung für die Frauen, betont Steinmetz, sondern es rechne sich auch für die Unternehmen, und zwar in Form von geringerer Fluktuation, besserer Planbarkeit des Personalbedarfs, besserem Betriebsklima und nicht zuletzt stärkerer Bindung gut qualifizierter Beschäftigter an das Unternehmen. Denn, so Steinmetz: „Die Zeiten haben sich geändert. Es gibt nicht endlos gute Bewerberinnen und Bewerber.“ ■



Karrieren



Sophie Kattus steigt in den gleichnamigen Familienbetrieb ein.

Kattus Kattus verstärkt ab sofort sein Marketing-Team. **Sophie Kattus** und **Miriam Mittelmeier** werden Geschäftsführer Philipp Gattermayer künftig bei der Betreuung hauseigener Produkte aus dem Schaumweinbereich und Vertriebsmarken unterstützen. Sophie Kattus (26) steigt als Junior Brand Managerin ein. Die 26-jährige Tochter des Hauses hat Berufserfahrung unter anderem bei der Vöslauer Mineralwasser AG und der PR-Agentur Ecker und Partner gesammelt. Die ge-

bürtige Oberösterreicherin **Miriam Mittelmeier** (28) ist als Junior Brand Managerin für die Kattus-Vertriebsmarken zuständig. Die studierte Psychologin war zuvor bei der Allianz Versicherungs AG im Market Management tätig.

Epamedia Der Außenwerber Epamedia strukturiert sein Verkaufsteam in Kärnten neu: Der bisherige Regionalleiter für Kärnten/Osttirol & Steiermark, **Heinz Kienzl**, verlässt mit Ende August auf eigenen Wunsch das Unter-

nehmen. Seine Agenden übernimmt **Roland Simonetitsch**, Regionalmanager und Teamkoordinator für das Verkaufsgebiet.

Twyn Group Die Oberösterreicherin **Isabella Fettingner** unterstützt Christoph Schwarzmüller, Senior Account Manager der Twyn Group, in der Betreuung großer Kunden wie Porsche Austria. Die 24-Jährige wird zudem beim Spezialisten für digitale Werbung den Geschäftsbereich Sport aufbauen und betreuen.



Miriam Mittelmeier verstärkt das Kattus-Marketing. Fotos: Kattus