

fähigkeit einteilen, intern per E-Mail über Neuigkeiten informieren. Wenn ein Unternehmen an Business-Läufen teilnimmt, muss er die Mannschaften zusammenstellen, melden und die Startunterlagen abholen. «Special Thanks» bei der Weihnachtsfeier oder beim Sommerfest, vielleicht sogar verbunden mit einer Urkunde als Zeichen der Wertschätzung, und der Laufteam-Captain wird auch in seinem regulären Job gerne Gas geben.

Team zählt vor Schnelligkeit. Beim gemeinsamen Laufen stehen Streckenlänge und Schnelligkeit im Hintergrund. Auf die gemeinsame Aktivität kommt es an. Das Tempo sollte an die Langsamsten der Gruppe angepasst werden. Die Schnelleren stecken freiwillig zurück. Wer noch nicht so flott unterwegs ist, tauscht sich mit den erfahreneren Läufern aus. Mit der Zeit werden auch die Anfänger immer schneller. Für Starallüren ist da kein Platz. Die Mitarbeiter merken ausserdem, dass sie sich bei Problemen nicht alleine durchschlagen müssen.

Wenn genügend Teilnehmer mitlaufen, lassen sich mehrere Teams bilden; nach Leistungsstärke getrennt.



ANDREAS BUTZ

weckt Potenziale. Sein Markenzeichen: Hemd, Krawatte, Sakko – und Tights. Denn der «Bundestrainer der Hobbyläufer» (Fit for Fun) und frühere Vorstand eines börsenorientierten Unternehmens weiss, wie man in Laufschuhen Karriere macht. Sein Herz schlägt für den Laufsport, weil Selbstführung erfolgreiche Führung und Management fördert. Kurz: Wer läuft, bei dem läuft's auch im Job. Andreas Butz ist überzeugt, dass sich die Strahlkraft des Sports auch für die Unternehmensmarke und die Teambildung nutzen lässt. Sein Credo: «Laufen ist der kürzeste Weg zu allem, was Menschen erfolgreich macht: Kreativität, Motivation, Energie, Strahlkraft und natürlich Vitalität».

Alle Gruppen kommen jedoch zusammen, und der Team-Captain kann vorgeben, dass alle die gleiche Zeit laufen, aber in dieser Zeit unterschiedlich lange Strecken zurücklegen. Die einzelnen Gruppen laufen auseinander, kommen jedoch als Team gemeinsam wieder an den Startpunkt zurück. Niemand bleibt auf seine Untergruppe festgelegt. Wer fitter wird, läuft irgendwann mit den Schnelleren. Und die «Top-Läufer» können sich nach Lust und Laune oder beispielsweise nach einer Trainingspause wegen Erkältung den Langsameren anschliessen. So kommt jeder zu seiner persönlichen Bestform – im Team.

Die Werbetrommel rühren. Klar, das klingt alles ganz toll, und vielleicht möchte der ein oder andere jetzt einen Lauftreff gründen. Ganz praktisch gesehen, muss man zunächst ein paar Interessenten und Begeisterte finden. Denn man kann niemanden zum Laufen zwingen, auch wenn die Vorteile noch so gross sind. Die erste Massnahme lautet daher: Werbung machen. Jeder im Unternehmen muss mitbekommen, dass es jetzt einen Firmenlauftreff gibt. Bewerben lässt sich das am Schwarzen Brett, im Intranet, im Mitarbeitermagazin, auf der Homepage oder bei Facebook, und natürlich zählt auch die Mund-zu-Mund-Propaganda. Führungskräfte können im Unternehmen gezielt Multiplikatoren ansprechen. Der Abteilungsleiter, der gerne läuft, wird sicher einige Leute aus seinem Team begeistern können. Über Wochentag und Uhrzeit sollte abgestimmt werden. Wenn sich die Mitarbeiter die Zeit selbst aussuchen können, steigert das die Teilnehmerzahl. Und natürlich schwingt der Chef nicht nur grosse Reden, sondern joggt mit gutem Beispiel voran oder zumindest mit.

Fazit: Mit mehr Freude zur Arbeit kommen. Laufen eignet sich gut als zusätzliches Führungsinstrument: Die Mitarbeiter und der Chef werden geistig und körperlich fitter, Stress wird abgebaut und alle werden mit mehr Freude zur Arbeit kommen, weil die Kollegen eben nicht nur Kollegen sind, und der Chef nicht nur Chef. Sie werden zu Laufpartnern, auf die Verlass ist. Ein echter Bonus für jedes Unternehmen.

DER EXPERTE ANTWORDET

Absenzenmanagement als Führungsinstrument

Kennen Sie die Absenzquote in Ihrem Betrieb? Wie viele Ausfalltage hatten Sie im Jahr 2015 zu verzeichnen und welche Kosten entstanden daraus? Mussten die Krankentaggeld- und/oder die Risikoprämie bei der Vorsorgeeinrichtung erhöht werden?

Die Kosten für einen Ausfalltag sind für jedes Unternehmen individuell zu berechnen. Nebst den direkten (Lohn-)Kosten sind auch die indirekten Kosten (Überstunden, Produktivitätsverlust, Umtriebe, Unzufriedenheit etc.) zu berücksichtigen. Letztere sind je nach Betrieb 1 bis 3× höher als die direkten Kosten. Ein Mitarbeiter fehlt durchschnittlich 7 bis 8 Tage pro Jahr aus gesundheitlichen Gründen. Bei einem Unternehmen mit 50 Mitarbeitenden und angenommenen Kosten von CHF 500 pro Ausfalltag ergibt dies jährliche Absenzzkosten von fast CHF 200 000. Wohlge-merkt: Das sind die Kosten bei einer «normalen» Absenzquote von rund 3%.

Eine systematische Erfassung und Auswertung der Absenzen ist die unabdingbare Basis für ein Absenzenmanagement. Als weitere Grundlage empfiehlt es sich, einen klaren Prozess zu definieren, aus dem ersichtlich ist, welche Schritte im Absenzfall einzuhalten sind und welches Verhalten der Arbeitgeber von Mitarbeitenden und Vorgesetzten erwartet. Im Hinblick auf die gesetzliche Fürsorgepflicht des Arbeitgebers ist es zudem wichtig, geeignete Instrumente einzuführen, die eine Früherkennung von möglichen Risikofaktoren erleichtern. Um diesen anspruchsvollen Aufgaben im Absenzenmanagement gerecht werden zu können, lohnt es sich, die Führungskräfte entsprechend zu schulen.

Tip: Mit dem Absenzenmanagement-Check durch unsere Spezialisten wird Ihnen Optimierungspotenzial aufgezeigt, verbunden mit konkreten Empfehlungen. Anfragen an: info@sizcare.ch

Kurt Mettler, Rechtsanwalt

Diese Rubrik wird unterstützt durch:



SIZ Care AG

Verena-Conzett-Strasse 11, CH-8004 Zürich
T 044 496 63 00, F 044 496 63 19
info@sizcare.ch, www.sizcare.ch