(Fortsetzung von Seite 1)

Rahmen des hierzulande Möglichen können die Angebote so flexibel gestaltet werden, dass sie innerhalb der verfügbaren Budgets den Mitarbeitenden besser entgegenkommen. Dies setzt voraus, dass die Unternehmen wissen – und nicht nur vermuten –, was ihren Mitarbeitenden wirklich wichtig ist. Je nach Branche und Zusammensetzung der Belegschaft variieren die Bedürfnisse stark.

Information tut not

Für den Erfolg von «Flexible benefits»-Programmen ist die Kommunikation mit den Mitarbeitenden entscheidend. Ein grossartiges Nebenleistungspaket mit maximaler Flexibilität ist praktisch wertlos, wenn Mitarbeitende es nicht verstehen oder womöglich nicht einmal kennen. Die Studie von Towers Perrin zeigt hier Handlungsbedarf: Weniger als die Hälfte aller Unternehmen (46 Prozent) informiert anhand eines integrierten Konzeptes über alle Nebenleistungen. Und nur 47 Prozent dieser Firmen – letztlich rund 20 Prozent – teilen Arbeitnehmenden auch den Unternehmensaufwand für diese freiwilligen Leistungen mit. Nur regelmässige Information über die Wahlmöglichkeiten führt zur gewünschten Auseinandersetzung mit den vom Unternehmen angebotenen Leistungen und deren Wertigkeit.

Fazit: Unternehmen können ihr Image als attraktive Arbeitgeber mit «Flexible benefits»-Programmen deutlich verbessern, ohne dass damit höhere Kosten für die Erbringung der Leistungen verbunden sind. Flexible Programme passen sich besser den unterschiedlichen Bedürfnissen von verschiedenen Gruppen bereits beschäftigter und potenzieller Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an. Sie tragen somit stärker zur Mitarbeitergewinnung und -bindung sowie zur Steigerung des Mitarbeiterengagements bei.

(*) Jürgen Helfen ist Principal bei Towers Perrin, (juergen.helfen@towersperrin.com). Ursula Seifert ist freiberufliche Beraterin, (ursula.seifert@bluewin.ch).

Sabbatical

Bereicherndes Ausbrechen

Ob zum Reisen, für eine gezielte Fortbildung oder für ein privates Projekt – einzelne Unternehmen gewähren ihren Arbeitnehmern heute eine Fülle von Auszeitmöglichkeiten. Sabbaticals sind immer häufiger eine davon. Die Auszeit will allerdings geplant sein.

von Max Wey (*)

Eine berufliche Auszeit und der gewonnene Abstand vom oftmals hektischen Alltagsleben erweitern im Idealfall den Horizont. «Timeout» statt «Burnout» – dies ist eine der wesentlichen Fragen, die sich Unternehmen bei der Evaluation und Gestaltung von entsprechenden Programmen zunehmend stellen. Bei der beruflichen Auszeit geht es aber nicht darum, faul auf der Haut zu liegen. Vielmehr gilt es, innezuhalten und sich bewusst Zeit für wichtige persönliche Anliegen zu nehmen oder sich ganz einfach vom Arbeitsstress zu erholen. Oftmals werden Auszeiten von Menschen genommen, die sich in einer Umbruchs- und Orientierungsphase befinden und sich darüber im Klaren werden wollen, wo die Lebensreise hin gehen soll; ein Sabbatical kann eine Lösung sein.

Zunehmende Bedeutung

Ein Sabbatical ist ein vom Unternehmen gebilligter Langzeiturlaub – in der Regel mehreren Monaten –, an dessen Ende der Arbeitnehmer in das Unternehmen und im Idealfall an den alten Arbeitsplatz zurückkehrt. Während des Sabbaticals bleibt es den Beschäftigten freigestellt, welche Wünsche und Ziele sie in ihrer neu gewonnen Freizeit verwirklichen. In der Praxis wird der Sabbatical jedoch meist zur Weiterbildung, zur Familienbetreuung, zum Reisen oder als Auszeit für private Projekte genutzt. «Die Bedeutung von Sabbaticals hat in den vergangenen Jahren aufgrund der überwiegend positiven Erfahrungen in der Wirtschaft deutlich zugenommen», stellt Markus Knörr, Präsident von HR Swiss fest. «Zudem veranlassen die ständig wachsenden Anforderungen und das damit verbundene hohe Engagement der Mitarbeiter immer mehr Firmen, einen Beitrag zum ausgewogenen «Life Cycle» und damit auch zur Burnout Prävention zu leisten». Viele Unternehmen haben erkannt, dass nur physisch und psychisch gesunde Mitarbeiter in der Lage sind, auf Dauer die geforderten Leistungen zu erbringen und damit wesentlich zum Unternehmenserfolg beitragen. «Konzepte gibt es bereits genügend – gefragt ist nun eine noch breitere Umsetzung und Abstützung in der Praxis.»

Der Ausbildung widmen

Grundsätzlich kann jeder Arbeitnehmer einen Sabbatical machen. Allerdings besteht darauf kein gesetzlicher Anspruch. Einige Unternehmen haben interne Regelungen für den Langzeiturlaub ausgearbeitet – bei anderen ist es Verhandlungssache. Vielfach sind Sabbaticals prioritär für Kadermitarbeiter vorgesehen. Zudem ist meist auch eine längere Betriebszugehörigkeit eine der Bedingungen. Bei PricewaterhouseCoopers Schweiz beispielsweise können die Mitarbeitenden frühestens fünf Jahre nach der Beförderung zum Manager einen Sabbatical beantragen. Die Maximaldauer eines Sabbaticals beträgt sechs Wochen. «Die Hälfte des Sabbaticals muss aber einer funktions- bzw. persönlichkeitsbezogenen Weiterbildung gewidmet werden», unterstreicht Stephan Peterhans, Personalleiter Schweiz bei PricewaterhouseCoopers. «Wir wollen unseren Mitarbeitenden aber den nötigen Freiraum einräumen und verfolgen primär das Ziel, dass sie mit viel Energie und neuen Ideen von einem Sabbatical zurückkehren». Im Unternehmen genutzt werden Sabbaticals oftmals im Bereich der Führungsausbildung. «Daneben stehen aber auch Sprachkurse im Ausland hoch im Kurs», so Peterhans.

Max Wey

Viele Formen sind möglich

Wer sich für einen Sabbatical qualifiziert, braucht neben Mut zur Veränderung und einem gesunden Selbstbewusstsein auch ein Mindestmass an Planung. Wie beispielsweise Guido Kölliker, IT-Revisionsleiter einer Schweizer Regionalbank, der während seiner Auszeit einen dreiwöchigen Sprachkurs in Italien absolviert hat. «Mein Arbeitgeber gewährte mir als Dienstaltersgeschenk eine längere Auszeit. Diese wollte ich einerseits mit meiner Familie verbringen, andererseits wollte ich auch meine Italienischkenntnisse im Sprachgebiet verbessern, da wir im Tessin eine neue Wohnung gekauft haben.» Die fehlenden Sprachkenntnisse haben die sechsköpfige Familie motiviert, einen gemeinsamen Urlaub in Cervia an der Adriaküste zu verbringen und gleichzeitig Italienisch zu lernen. «Die Abwechslung von Lernen, Baden am Meer, gut Essen, selber Kochen und kulturelle Sehenswürdigkeiten besichtigen haben nie Langeweile aufkommen lassen. Nach zwei Wochen habe ich meine Frau und die vier Kinder nach Hause gefahren und bin dann für die letzte Woche Intensiv-Sprachtraining alleine wieder nach Cervia gereist», erzählt der IT-Spezialist. Der Wunsch nach etwas Zeit, um wieder einmal ohne Termindruck eigenen Interessen und Hobbies nach zu gehen, hegen viele Geschäftsleute besonders nach langen Berufsjahren. Warum nicht einmal für ein paar Wochen den Büroalltag hinter sich lassen und beispielsweise als begeisterter Golfer sein Handicap in England verbessern und gleichzeitig etwas für die Bildung tun? Morgens gezielt die englischen Sprachfähigkeiten verbessern und nachmittags 9- oder 18-Loch-Runden bestreiten.

Wichtige Abklärung

Es gibt unzählige positive Ansätze, trotzdem verfügen Sabbaticals in den Unternehmen der Privatwirtschaft noch immer über einen zu geringen Stellenwert. Und längst nicht alle Beschäftigten, die sich nach einer Auszeit sehnen, wagen den entscheidenden Schritt. Viele wünschen sich zwar ein Sabbatical, aber nur wenige ringen sich dazu durch. «Ein Sabbatical erfordert Mut», weiss Markus Knörr aus der Praxis. Denn bis es soweit ist, sind viele kleine Hürden zu nehmen: Der Chef muss überzeugt werden und Arbeitskollegen reagieren eventuell befremdet. Dann muss auch abgeklärt werden, wie man die gewonnene Freizeit nutzen will. Markus Knörr empfiehlt den Interessierten deshalb, sich im Vorfeld mit diesen Fragen genau auseinander zu setzen oder sich beraten zu lassen. Je klarer die Sabbatical-Pläne sind, desto einfach können sie vorgebracht und umgesetzt werden.

(*) Max Wey ist Sprachschulexperte und Geschäftsführer von Boa Lingua BusinessClass.
(max.wey@businessclass.ch; www.businessclass.ch)