

PRESSEINFORMATION

Verden, 13.01.2009

Chefs, macht mal Pause - erst recht und ganz besonders in der Wirtschaftskrise

Eine aktuelle Befragung zeigt: Führungskräfte wissen um den Nutzen von Pausen für Mitarbeiter und das Unternehmen. Viele von ihnen ermuntern ihre Mitarbeiter zu einer aktiven Pausengestaltung, verkennen aber die Bedeutung ihrer Vorbildfunktion.

Die Zeiten sind schwierig, Belegschaften bangen um ihre Jobs, und Führungskräfte sind bemüht, Kosten zu senken und Strategien gegen die Wirtschaftskrise zu entwickeln.

Dennoch belegt eine von Mars Drinks beauftragte Befragung des IWD Marktforschungsinstitutes unter 500 Führungskräften in Deutschland: Das Bewusstsein für Pausen ist grundsätzlich in den Unternehmen angekommen. So sind 70% der befragten Führungskräfte davon überzeugt, dass sich vorhandene Pausenangebote und -einrichtungen positiv auf die Mitarbeiter auswirken. 72% meinen, dass sie die Verbundenheit zwischen den Abteilungen fördern, 77% glauben, dass Pausenangebote die Zufriedenheit erhöhen und 60% meinen sogar, dass diese die Mitarbeiter unterstützen, ihre Arbeit schneller zu bewältigen und Probleme besser zu lösen.

Doch im Gegensatz zu ihren Mitarbeitern, die sich im Schnitt 40 Minuten Zusatzpause am Tag gönnen, gestehen sich Führungskräfte nur 15 Minuten zusätzliche Pause zu. Die Begründung bei 60% der Befragten: keine Zeit.

Die meisten der Manager (92%) haben zudem den Anspruch, immer für ihre Mitarbeiter ansprechbar zu sein. 60% nehmen Stress in Kauf und nutzen jede Minute, um das hohe Arbeitspensum zu schaffen, auch von unterwegs oder zu Hause aus. Erholung findet für sie - wenn überhaupt - nur in der Freizeit statt: Beim Sport (80%), Lesen (22%) oder mit Familie und Freunden (14%).

Genau hier liegt das Problem: Das Selbstbild der Führungskräfte wird immer noch dadurch bestimmt, dass diese Tag und Nacht zur Verfügung stehen sollten, immer belastbar und immer beschäftigt.

Über Mars Drinks

Mars Drinks wurde 1955 als Hersteller von Getränkesystemen und Tochter der Mars Incorporated gegründet. Mars ist ein internationaler Konzern mit einem Umsatz von über 19 Milliarden US-Dollar in den Bereichen Lebensmittel, Getränke, Snacks und Heimtierbedarf. Mars Drinks ist vor allem bekannt für die Getränkesysteme FLAVIA und KLIX. FLAVIA bietet mit mehr als 30 Heißgetränken in vier Kategorien - Kaffees, Spezialitäten, schwarze sowie Wohlfühl-Tees - größtmögliche Vielfalt auf dem Markt. Die Marke KLIX steht für hochwertige, hygienische Getränkeversorgung, kompetenten Service sowie hohe Zuverlässigkeit der Getränkeautomaten. KLIX Systeme bieten eine große Auswahl an heißen und kalten Markengetränken sowie -suppen.

Ansprechpartner Presse:

Topcom Communication
Stephan M. Cremer
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt

Tel.: +49 69-330089-33
E-Mail: s.cremer@public.de

Gerade mit dieser Einstellung leben sie jedoch nicht das vor, was sie für ihre Mitarbeiter als sinnvoll erachten: einen vernünftigen Umgang mit den eigenen Ressourcen. Dabei zeigt sich immer wieder, dass das tatsächliche Verhalten des Vorgesetzten weit mehr Einfluss auf das Verhalten der Mitarbeiter hat als verbale Bekundungen oder Unternehmensleitlinien. Eine von Mars Drinks beauftragte Mitarbeiterumfrage aus dem Jahre 2006 (ebenfalls von IWD) bestätigt dies: Darin gaben 18% der Befragten an, dass sie deshalb keine zusätzlichen Pausen machen, weil ihre Vorgesetzten das nicht gerne sehen.

"Wenn Führungskräfte von ihren Mitarbeitern erwarten, dass sie eine vernünftige Pausenkultur leben, dann müssen sie dies auch vorleben", meint Friedrich-Georg Lischke, General Manager Mars Drinks Continental Europe, "denn damit tun sie nicht nur sich selbst, sondern auch den Mitarbeitern und letztlich dem Unternehmen etwas Gutes."

Getreu dieser Einsicht hat er selbst mittlerweile kein schlechtes Gewissen mehr, wenn er zwischen seinen vielen Reisen die Aufenthalte in der Verdener Geschäftszentrale dazu nutzt, um ungezwungen Zeit mit den Mitarbeitern zu verbringen - bei einem Kaffee oder Snack in der eigens eingerichteten Kommunikationszone, im Kaminzimmer, oder auch mal aktiv am Kicker.

Mars Drinks hat sich dem Thema „Pausenkultur und Wertschöpfung“ verschrieben. Begleitend zur Umsetzung im eigenen Unternehmen und zu Beratungsprojekten bei Kunden führt Mars Drinks Studien durch, organisiert den Erfahrungsaustausch von Unternehmen und Wissenschaft auf Tagungen und führt einen regen Dialog mit Personalverantwortlichen, Betriebsräten, Facility Managern, Innenarchitekten und Forschungseinrichtungen.

Mehr Infos zum Thema und zum Engagement von Mars Drinks finden Sie unter

www.pausenkultur.com

Für weitere Anfragen (Infomaterial, Interviewwünsche etc.) stehen wir Ihnen natürlich auch gerne telefonisch zur Verfügung.

Ansprechpartner Presse:

Topcom Communication
Stephan M. Cremer
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt

Tel.: +49 69-330089-33
E-Mail: s.cremer@public.de