

PRESSEINFORMATION

Verden, 28.10.08

Pausenkultur: Wir-Gefühl durch Wohlfühlatmosphäre

Führungskräfte entdecken die Potenziale von Pausenkultur. Eine aktuelle Befragung bringt neue Erkenntnisse.

"Das Thema Pausenkultur ist in den Unternehmen angekommen", so resümiert Janina Hillgrub, Marketing Communication Professional bei Mars Drinks, den positiven Trend im "Ultima Office" Forum auf der Orgatec-Messe in Köln. Bei 42% der befragten Führungskräfte ist der Begriff "Pausenkultur" mittlerweile fester Bestandteil der Unternehmenskultur - und liegt somit nur knapp hinter dem Begriff der "Work-Life-Balance", der in rund der Hälfte der befragten Unternehmen eine Rolle spielt.

Die meisten Unternehmen sind bereit, für die Erholung und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter zu investieren: In 73% der befragten Unternehmen sind Einrichtungen für die Pausengestaltung vorhanden. In der Mehrzahl handelt es sich dabei um konventionelle Einrichtungen wie Kantine, Pausenraum oder Kaffeeküche. Bei innovativeren Angeboten sind die Unternehmen noch deutlich zurückhaltender: Weniger als ein Zehntel der befragten Unternehmen verfügen zum Beispiel über Garten oder Terrasse, Lesecke oder Kaffee-Lounge.

Grundsätzlich sind die Führungskräfte überzeugt, dass vorhandene Pauseneinrichtungen nicht nur das Wohlbefinden der Mitarbeiter erhöhen, sondern auch noch weitere positive Effekte haben: "70% der Manager meinen, dass diese für ein besseres Wir-Gefühl sorgen und die Vernetzung stärken", so Janina Hillgrub. Und: "72% der Führungskräfte bestätigen, dass Pauseneinrichtungen die abteilungsübergreifende Kommunikation fördern, zwei Drittel der Befragten meinen sogar, dass Pausenangebote zu einer kürzeren Problemlösungsdauer bei den Mitarbeitern beitragen."

Wichtig sei es aber auch, dass solche Räume entsprechend angenehm gestaltet seien, so die Erkenntnis. Denn je mehr eine Pauseneinrichtung zum Verweilen einlädt, umso mehr wird diese für kommunikative Anlässe genutzt - für informelle wie für dienstliche Gespräche. Auch die Geschäftsführung nutzt solche Orte für die

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
Caroline Backes, Angela Mecking
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt

Tel.: +49 69-330089-33
E-Mail: c.backes@public.de

interne Kommunikation: In zwei Drittel der befragten Unternehmen stehen hier Info-Tafeln, Aushänge, ein schwarzes Brett oder ähnliche Informationsquellen zur Verfügung. So zeigt sich: Je höher der "Wohlfühlfaktor", umso stärker die Verbundenheit und die Durchdringung von Informationen über alle Hierarchien hinweg. Hinzu kommt ein weiterer Aspekt: Auch angesichts des "War for Talents" trägt eine angenehme Arbeitsatmosphäre dazu bei, dem Unternehmen zusätzliche Pluspunkte im Kampf um begehrte Arbeitskräfte zu verschaffen.

Bei Mars Drinks selbst hat es sich bewährt, bestmögliche Voraussetzungen für gelebte Pausenkultur zu schaffen. So wurden schon bei der Gestaltung neuer Büroräumlichkeiten die Wünsche der Mitarbeiter einbezogen. Das Ergebnis: Offene Büroatmosphäre über alle Hierarchien hinweg, Kommunikationsinseln für den schnellen Informationsaustausch, Erholungsbereiche mit entsprechender Getränkeversorgung, Leseecke, Ruheraum und vieles mehr. Dass sich das auch unternehmerisch rechnet, zeigt die aktuelle Geschäftsentwicklung: Sowohl die Mitarbeiterzufriedenheit als auch die Umsätze bei Mars Drinks sind seit 2005 signifikant gestiegen.

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.

Für Anfragen zu weiteren Informationen, Interviews sowie Bildmaterial stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Ansprechpartner Presse:

Topcom Communication
Caroline Backes, Angela Mecking
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt

Tel.: +49 69-330089-33
E-Mail: c.backes@public.de