

+++ Pressemitteilung vom 23. Juli 2009 +++

## **Kurzarbeit mit Nebenwirkungen: Der Nutzen ist klar, aber die Motivation leidet**

**23. Juli 2009.** ArbeitnehmerInnen in Deutschland glauben an den Nutzen der Kurzarbeit. Insbesondere MitarbeiterInnen, die selbst in Kurzarbeit sind, halten das Instrument für geeignet, Arbeitsplätze zu sichern. Allerdings ist keine Medizin frei von Nebenwirkungen, so auch nicht die Maßnahme „Kurzarbeit“. Dies zeigt eine aktuelle Umfrage von YouGovPsychonomics an rund 1.000 deutschen ArbeitnehmerInnen aus besonders von Kurzarbeit belasteten Branchen: KurzarbeiterInnen unterscheiden sich zwar nicht von ihren vollbeschäftigten KollegInnen hinsichtlich ihrer Bindung an das Unternehmen, ihre Motivation aber ist erwartungsgemäß schwächer ausgeprägt.

Allerdings widerspricht die Erhebung einer populären Annahme über die allgemeine Demotivationswirkung von Kurzarbeit in Unternehmen: Die dämpfende Wirkung auf Engagement tritt nämlich lediglich bei den MitarbeiterInnen auf, die persönlich von Kurzarbeit betroffen sind. Beschäftigte, bei deren Arbeitgebern es zwar Kurzarbeit gibt, die aber selbst nicht von Arbeitszeitreduzierungen betroffen sind, sind ähnlich motiviert und engagiert wie ArbeitnehmerInnen, in deren Unternehmen es überhaupt keine Kurzarbeit gibt. Während von den Nicht-KurzarbeiterInnen 73 Prozent voll hinter ihrem Unternehmen stehen, empfinden nur 61 Prozent der KurzarbeiterInnen eine starke Identifikation mit ihrem Arbeitgeber.

Ein ähnlicher Effekt zeigt sich auch für das Vertrauen in die Kompetenz der Unternehmenslenker: KurzarbeiterInnen vertrauen zu 48 Prozent ihrer Geschäftsführung, MitarbeiterInnen ohne Kurzarbeit glauben zu 68 Prozent an die Kompetenz ihres Managements.

*„Es gibt aber ein zentrales Steuerungspotenzial für Unternehmen, um die kritischen Auswirkungen der Kurzarbeit zu mildern: Eine offene und transparente Kommunikation.“*, erklärt Studienleiterin Dr. Frauke Bastians von der YouGovPsychonomics AG. Gut informierte MitarbeiterInnen – sowohl KurzarbeiterInnen als auch MitarbeiterInnen ohne Kurzarbeit – vertrauen ihrem Management, stehen hinter ihrem Unternehmen und zeigen eine höhere Zuversicht in die Maßnahme Kurzarbeit als MitarbeiterInnen, die sich weniger

gut informiert sehen. Hier besteht eine besondere Herausforderung an PersonalistInnen und die Kommunikationsabteilung von Unternehmen, ehrliche und transparente Informationen für die MitarbeiterInnen zur Verfügung zu stellen.

Auf den Punkt gebracht zeigt diese Erhebung mit Fragen aus dem Benchmarkinstrument für Mitarbeiterbefragungen, dem YouGov PeopleIndex, dass Kurzarbeit in Deutschland durchaus auf Akzeptanz stößt. Sie verdeutlicht aber auch, dass MitarbeiterInnen ihr Vertrauen in der Krise noch stärker vor allem den Unternehmenslenkern schenken, von denen sie sich ausreichend und ehrlich informiert fühlen.

*„Dies steht in enger Übereinstimmung zu unserem Beratungsansatz und den Erfahrungen, die wir in vielen Unternehmen in schwierigen Situationen gesammelt haben“,* so Studienleiterin Dr. Frauke Bastians. *„Hier kommt es für Personalverantwortliche wie HR-Abteilungen darauf an, Kommunikation als vertrauensbildende Maßnahme einzusetzen, um Engagement und Commitment auch der Kurzarbeiter dauerhaft zu erhalten!“*. Die Personalabteilung kann hier gut als Kommunikationsbrücke zwischen Management und Belegschaft fungieren und so das Instrument Kurzarbeit noch erfolgreicher einsetzbar machen.

Aufgrund der Erfahrung mit ähnlichen Studien ist zu vermuten, dass die Ergebnisse auch für Österreich zutreffend sind.

Die YouGovPsychonomics AG führt auch in Österreich laufend repräsentative Studien zu aktuellen Themen rund um Mitarbeitermotivation und -engagement durch.

### **Über YouGovPsychonomics:**

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Mit psychologisch fundierter Marktforschung und Organisationsforschung liefern wir unseren Auftraggebern hochwertiges Entscheidungswissen für Marketing, Vertriebssteuerung und Organisationsentwicklung. YouGovPsychonomics gehört zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute Deutschlands. Zu unseren Auftraggebern zählen viele namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Industrie. Derzeit beschäftigen wir über 120 hoch qualifizierte Forscher und Berater. Unsere Geschäftstätigkeit erstreckt sich über den gesamten deutschsprachigen wie den zentral- und osteuropäischen Raum. Seit

September 2007 ist YouGovPsychonomics Mitglied der internationalen YouGov Gruppe mit Sitz in London.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.psychonomics.at](http://www.psychonomics.at).

**Pressekontakt:**

Mag. Manuela Kloibhofer

Tel.: +43 1 798 59 28 – 1012

E-Mail: [manuela.kloibhofer@psychonomics.at](mailto:manuela.kloibhofer@psychonomics.at)

YouGovPsychonomics AG

Rennweg 97-99

A - 1030 Wien