

BERUF & KARRIERE

DER JOB COACH

Mein Chef glaubt nicht, dass ich krank bin

SZ-Leserin Steffi J. fragt:
Meine Schwester wurde gestern am Gaumen operiert. Der Eingriff war komplizierter als erwartet, daher hat der Arzt sie eine Woche krankgeschrieben. Sie hat mehrere Nähte am Gaumen und starke Schmerzen. Ihr Abteilungschef hat auf ihre Krankmeldung weder mit einem Genesungswunsch reagiert noch nach dem Verlauf der OP gefragt. Stattdessen erwartet er, dass sie in vier Tagen zu einer Schulung erscheint. Er hat schon mehrmals angerufen und verlangt nach einem Lösungsvorschlag von ihrer Seite. Da sie kaum sprechen kann, muss sie nun über Whatsapp mit ihm diskutieren. Finden Sie das in Ordnung?

Ina Reinsch antwortet:
Liebe Frau J., mit der Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung hat der Arzt attestiert, dass ihre Schwester krank ist und deshalb nicht in der Lage ist zu arbeiten. Wenn Ihre Schwester gestern operiert wurde und nun für eine Woche krankgeschrieben ist, verlangt ihr Arbeitgeber also mit seiner Forderung, an der Schulung teilzunehmen, dass sie während ihrer Arbeitsunfähigkeit arbeitet. Dass muss sie selbstverständlich nicht tun. Seine Forderung impliziert aber, dass er ihre Schwester eigentlich für arbeitsfähig hält.
Hat der Arbeitgeber Zweifel an der Richtigkeit des sogenannten gelben Scheins, kann er sich an die Krankenkasse wenden. Diese entscheidet dann, ob sie die Zweifel an der Arbeitsunfähigkeit für so begründet hält, dass sie den Medizinischen Dienst der Krankenversicherung einschaltet. Nur dieser kann die Arbeitsfähigkeit Ihrer Schwester überprüfen – wird in ihrem Fall aber kaum zu einem anderen Ergebnis kommen als der Arzt.



Haben Sie auch eine Frage zu Berufswahl, Bewerbung, Etikette, Arbeitsrecht oder Führungsstil? Dann schreiben Sie ein paar Zeilen an coaching@sueddeutsche.de. Unsere Experten beantworten ausgewählte Fragen, Ihr Brief wird selbstverständlich anonymisiert.

Hält der Arbeitgeber Ihre Schwester für eine Simulantin, könnte er theoretisch auf die Idee kommen, ihr zu kündigen oder die Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall zu verweigern. Vermutlich ist es auch das, was Ihre Schwester neben der schlechten Stimmung unterschiedlich fürchtet. Von der arbeitsrechtlichen Seite her kommt einer Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung aber ein hoher Beweiswert zu. Die Rechtsprechung geht grundsätzlich davon aus, dass die Arbeitsunfähigkeit korrekt bescheinigt wurde. Will der Chef diesen Beweis des ersten Anscheins entkräften, muss er Tatsachen vorbringen, die ihn entkräften. Das dürfte ihm hier freilich schwerfallen.
Bleibt noch die Frage: Ist Ihre Schwester verpflichtet, sich während ihrer Krankheit mit ihrem Arbeitgeber auseinanderzusetzen? Die Lösung, die der Chef einfordert, besteht meines Erachtens nur darin, ihm anzubieten, an der nächstmöglichen Schulung teilzunehmen. Größeren Diskussionsbedarf sehe ich dazu eigentlich nicht. Eine weitere Kommunikation über Whatsapp halte ich weder für erforderlich noch für geeignet. Ein Arbeitnehmer ist nicht dazu verpflichtet, während einer Krankheit für das Unternehmen bereitzustehen – es sei denn, es werden im Ausnahmefall dringende Informationen benötigt, über die nur dieser Mitarbeiter verfügt. Aber auch hier gilt: Menschenunmögliches kann nicht verlangt werden.
Im Gegenteil. Ich halte das Verhalten des Chefs aus arbeitsrechtlicher Sicht sogar für bedenklich. Er hat eine Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitern, die ihm eine angemessene Rücksichtnahme abverlangt und dazu verpflichtet, Gefahren für ihre Gesundheit abzuwehren.
Ihre Schwester ist also rechtlich auf der sicheren Seite. Ich verstehe aber, dass sie die Situation belastet. Ihre Schwester oder Sie sollten den Chef also freundlich, aber bestimmt darauf hinweisen, dass sie arbeitsunfähig ist, gerne das nächste Mal an der Schulung teilnimmt, sich nun aber kurieren müsse und daher für weitere Gespräche nicht zur Verfügung steht.

Ina Reinsch ist Rechtsanwältin, Autorin und Referentin in München. Sie befasst sich schwerpunktmäßig mit dem Thema Arbeitsrecht.



Bei Siemens können Mitarbeiter kostenlos Sportkurse belegen, hier beispielsweise einen Yogakurs im betriebsinternen Fitnessstudio in Berlin.

FOTO: SOPHIA KEMBOWSKI/DPA

Feierabend in der Firma

Chöre, Kochkurse, Sportmannschaften:
Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern
Freizeitaktivitäten nach Dienstschluss an.
Das ist nicht ganz uneigennützig

VON MARTIN SCHEELE
Stefan Hüppe singt für sein Leben gern. Nicht nur im Auto auf der Fahrt ins Büro, sondern auch gemeinsam mit seinen Kollegen. Jeden Dienstagabend marschiert der 61-Jährige in die Musikschule in Ingelheim am Rhein und nimmt an einer Probe des firmeneigenen Pop- und Jazzchors teil – zusammen mit 54 anderen Mitarbeitern des Pharmakonzerns Boehringer Ingelheim. Das Honorar der Chorleiterin zahlt der Arbeitgeber.
„Ich habe einfach Spaß am Singen, es befreit vom Stress, und die Kollegen kommen so angenehm ins Gespräch“, sagt Hüppe, der bei Boehringer die Aus- und Weiterbildung leitet. Der Wirtschaftspädagoge hat sich mitreißen lassen von einem Kollegen, der bereits seit 2009 dabei ist. Damals gründete Boehringer den Chor, damit zwei Jahre später, pünktlich zur Feier zum 125. Geburtstag des Unternehmens, die musikalische Unterhaltung nicht von Externen eingekauft werden musste.
Großes Unternehmen, großes Freizeitangebot für die Mitarbeiter – das trifft auf Boehringer Ingelheim zu. Allein 8500 der weltweit 45.000 Mitarbeiter arbeiten in der Zentrale in Ingelheim am Rhein. Auf dem Werksgelände gibt es seit zehn Jahren ein Gesundheitszentrum, dessen Schwerpunkt die Prävention ist: Mit Kardiogeräten, Krafttraining und einem Kursprogramm von Bogenschießen bis Zirkeltraining können die Angestellten ihre Fitness verbessern. In den Betriebssportgrup-

pen betreiben sie Gymnastik, kraxeln an Kletterwänden oder spielen Volleyball. Auf dem jährlichen Sportfest können sie das Sportabzeichen erwerben.
Neben dem Chor von Stefan Hüppe probt in Ingelheim noch eine hauseigene Bigband und am Standort Biberach ein Werksorchester. Wer seine Kochkünste verbessern will, der kann aus einer Vielzahl von Kochkursen auswählen, die im Betriebsrestaurant stattfinden.
Der Autozulieferer Hella bietet 20 Sportarten gratis an, außerdem einen Wäscheservice

Wenn Unternehmen ihren Mitarbeiter den Feierabend versüßen oder schon während der Arbeitszeit deren psychische und physische Gesundheit stärken wollen, geschieht das nicht ganz uneigennützig. Die Firmen wissen genau, dass immer mehr Menschen nur eine geringe emotionale Bindung zu ihrem Arbeitgeber haben. Der Anteil der Mitarbeiter, die Dienst nach Vorschrift machen, liegt nach einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Gallup vom vergangenen Jahr bei 70 Prozent.
Zum anderen finden Unternehmen immer schwerer geeignete Fachkräfte. In Rheinland-Pfalz, wo Boehringer Ingelheim angesiedelt ist, liegt die Arbeitslosenquote bei 4,9 Prozent – und nähert sich damit der Vollbeschäftigung. Ein breites Angebot an Freizeitaktivitäten ist deshalb Teil der Strategie, Mitarbeiter zu binden und neue Kräfte zu finden.

Dass Mittelständler beim Freizeitangebot den Konzernen nicht hinterherhinken müssen, beweist der Autozulieferer Hella. Das Unternehmen aus Lippstadt in Südwestfalen bietet allein 20 Sportarten von Karate über Mountainbiking bis Volleyball kostenlos an. Einiges Mitarbeitern hilft auch schon der Wäscheservice: Damit sie am Feierabend mehr Zeit haben, können sie ihre Wäsche einmal in der Woche am Arbeitsplatz abholen lassen und zwei Tage später gereinigt und gebügelt wieder im Empfang nehmen.
Der Pumpenhersteller Sera aus dem hessischen Immenhausen bietet zwei Mal in der Woche Fitnesskurse am Arbeitsplatz an. „Wenn man sich mit anderen zu einem festen Termin trifft, fällt es viel leichter, den inneren Schweinehund zu überlisten“, sagt Prokurist Stefan Merwar, einer von 200 Mitarbeitern des Familienunternehmens. Wer häufiger trainieren möchte, bekommt einen Zuschuss zum Fitnessstudio-Abo. Ebenfalls subventioniert wird das Massageangebot. „Die Termine sind bei den Kollegen heiß begehrt und meist überbucht“, sagt Merwar.
Auf Initiative von Sera-Mitarbeitern ist eine Fußballmannschaft und ein Badmintontreff entstanden, außerdem die Band *Seras finest*, die auf After-Work-Partys und Sommerfesten der Firma Popklassiker zum Besten gibt. Die Band ist bunt gemischt: Ein Geschäftsbereichsleiter spielt Gitarre, Bass und Keyboard besetzen ein Fabrikarbeiter und ein Ingenieur. Empfangsmitarbeiterin Christiane Ruegg, die die Band mit ihrer Stimme anführt, sagt:

„Es ist spannend, die Kollegen auf einer ganz anderen Basis kennenzulernen. Und eine tolle Erfahrung, wenn aus musikalischen Hüpfern, alten Hasen und echten Rock’n’Roll-Novizen eine Band wird.“
Wie unterschiedlich Firmen ihr Angebot ausdifferenzieren, zeigt das Beispiel Würth in Künzelsau. Das Unternehmen aus der Montage- und Befestigungstechnik legt nicht nur Wert auf ein innerbetriebliches Gesundheitsmanagement, es organisiert auch viele Kulturveranstaltungen. Entstanden ist das durch die Kunstbegeisterung von Firmengründer Reinhold Würth. In der Kunsthalle Würth gibt es regelmäßige Mitarbeiterführungen und Kinder-Workshops. Ablenkung vom Job verschafft auch die hauseigene Akademie Würth, in der Ballettaufführungen, Kabarettabende und Lesungen stattfinden.

Die Würth-Gruppe setzt auf das firmeneigene Museum und ein vielfältiges Kulturprogramm

Für Reinhold Würth ist das Angebot eine Konsequenz aus der Führungskultur des Unternehmens. „Ich habe in meiner Berufszeit sicher hundert Betriebe gekauft“, sagt der 83-Jährige. „Es war immer wieder ein Faszinosum, wie unterschiedlich diese ticken, wie sie organisiert sind und welche Firmenkultur jeweils vorherrscht.“ Diese Unternehmenskultur sollen die Freizeitangebote fördern.
Was die Kunst angeht, kann der Heizungshersteller Viessmann aus Allendorf

in Nordhessen nicht mit Würth mithalten. Vielfältig ist das Angebot von Viessmann trotzdem. Neben Sportkursen, Werksführungen durch andere Unternehmen, Design-Thinking-Vorträgen und Tanzkursen gibt es auch den Workshop „Gemüse selbst anbauen“. Einen Chor kann das Unternehmen ebenfalls aufbieten. Bereits seit 55 Jahren besteht der Werkschor, der seit einiger Zeit den englischen Namen *Sounds of Viessmann* trägt – aufgrund der starken Internationalisierung des Unternehmens.
Chormitglied Natalie Namyslak, von Beruf Außenhandelskauffrau, meint: „Wir haben viele moderne Lieder im Programm, die man aus dem Radio kennt. Damit sprechen wir Jung und Alt an, die Auftritte machen richtig Spaß.“ Zudem engagiert sich der Chor ehrenamtlich. So gastierten die Sounds of Viessmann vor Kurzem in einem Hospiz. „Alle Türen wurden geöffnet, damit auch die Bewohner, die nicht mehr aufstehen können, am Konzert teilnehmen konnten“, erzählt Namyslak. „Von den Schwestern haben wir erfahren, wie positiv und entspannend solche Auftritte auf die Hospizbewohner wirken.“
Für Stefan Hüppe vom Pop- und Jazzchor bei Boehringer ist die Erfahrung von Namyslak wertvoll. Derzeit singt der Chor hauptsächlich bei Anlässen innerhalb der Firma, etwa bei der Weihnachtsfeier der Werksfeuerwehr oder beim Tag der offenen Tür der Chemie. „Ich kann mir aber vorstellen, dass unserer Chor demnächst auch einmal ehrenamtlich auftreten wird“, sagt Hüppe.

Einladen und einstellen

Prominente als Gastredner: Was sich Firmen im Wettbewerb um neue Mitarbeiter alles einfallen lassen müssen

Früher reichte ein „Tag der offenen Tür“, heute lassen sich neue Mitarbeiter nicht mehr so leicht ins Unternehmen locken. In vielen Branchen und Regionen sind Auszubildende und Fachkräfte ein knappes Gut. Arbeitgeber sehen sich daher zunehmend in der Rolle des Bewerbers um Nachwuchs und Fachpersonal. Das erfordert Fantasie und den Einsatz subtiler Mittel.
Junge Firmen aus der IT-Branche nutzen beispielsweise Gastredner, um sich als attraktive Arbeitgeber in Szene zu setzen. Der Unterschied zum Tag der offenen Tür: Während hier das Unternehmen seinen Namen einsetzt, um Schulabgänger oder Fachkräfte einzuladen – dieser Name also bei der Zielgruppe bekannt sein muss –, setzen die Firmen hier den Namen eines prominenten Redners als Zugpferd ein. Bekannte Buchautoren etwa, die rhetorisch stark und fachlich versiert sind, dienen als Magnet, um Interessenten für ein paar Stunden ins Unternehmen zu laden.
Dort erhalten die Besucher neben dem Fachvortrag einen Vorgeschmack auf das kulinarische Angebot, das ihnen täglich in der Kantine geboten würde, wenn sie denn

als Mitarbeiter ins Unternehmen kämen. Wer will, kann bei einem Rundgang durch das Haus einen Blick auf die Gestaltung der Arbeitsplätze, die Kinderbetreuung oder weitere Arbeitgeberleistungen werfen. Ganz nebenbei soll der eine oder andere Besucher dann auch die Aushänge mit vakanten Jobs zur Kenntnis nehmen.
Die Botschaft „Wir suchen“ läuft auf diesen Veranstaltungen quasi auf der zweiten Tonspur. Wer sich animiert fühlt von der Atmosphäre, hat die Möglichkeit, gleich am Ort ein unverbindliches Gespräch mit einem der Recruiter aus dem gastgebenden Unternehmen zu führen. „In Düsseldorf existiert eine sehr aktive Startup-Szene mit entsprechend hohem Personalbedarf“, sagt die Düsseldorfer Personalberaterin Ines Dauth. Der neue Recruiting-Trend habe dazu geführt, dass nach dem „war for talents“ nun ein regelrechter „war for speakers“ eingesetzt habe.
Das spricht für den Erfolg des Konzepts und beschert ihm Nachahmer. Die Handwerkskammer Düsseldorf veredelte ihre „Tage der Technik“ jüngst mit dem Astronauten und Publikumsliebhaber Alexander

Geerst. „Der hat die jungen Leute begeistert“, sagt Kammerpräsident Andreas Ehler. Und genau das braucht das Handwerk: Pfiffige Ideen, mit denen die Branche ihr Image aufpoliert und den Nachwuchs auf die Chancen im Handwerk aufmerksam macht. Wobei Ehler betont, dass solche Ideen nur dann wirksam seien, wenn die Versprechen glaubhaft sind. „Es nutzt gar nichts, hippe Umgebungen zu inszenieren, wenn es die im Handwerk nicht gibt.“
Das gilt auch für den Pflegebereich. Die Neigung junger Menschen, einen Beruf in der Pflege zu erlernen, ist eher gering. Was viel mit Unwissenheit zu tun hat, meint die Personalchefin der Diakonie Düsseldorf, Katja Quakatz. Um auf die Attraktivität der Diakonie als Arbeitgeber aufmerksam zu machen, plant die Personalleiterin einen „Energietag“ für Pflegekräfte. „Wir bedanken uns an diesem Tag mit spannenden Aktionen bei unseren Mitarbeitenden für ihren täglichen Einsatz und versuchen gleichzeitig, über eine Bring-your-friend-Kampagne neue Mitarbeiter für uns zu begeistern.“ Am Abend feiern alle zusammen



Mit einem Schild gewinnt man noch keinen Bewerber. Firmen müssen geschickter vorgehen. FOTO: WESTEND61/MAURITIUS IMAGES

bei Live-Musik und Barbecue. „Dann lassen wir unsere Mitarbeiter als Unternehmensbotschafter für uns als Arbeitgeber sprechen“, sagt Quakatz.
Auch die Versicherungsbranche weiß, dass man mit Speck Mäuse fängt. Die Arag, das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz, lädt Realschüler und Abiturienten einmal im Jahr zum „Arag Schools Day“ ein. Die 16- bis 19-jährigen Teilnehmer erhalten einen Tag lang kostenlose Bewerbungstrainings und damit Kompetenzen, die sie nach ihrem Schulabschluss überall einsetzen können. Dafür, dass die Aktion auch etwas für ihren Initiator abwirft, sorgen die Azubis. Sie begleiten die Schüler durch den Tag und berichten von den Qualitäten ihrer Ausbildung bei der Arag.
„Wer sich als Arbeitgeber erfolgreich um gute Mitarbeiter bewirbt, muss Fantasie entwickeln“, sagt Dauth. Beschäftigten, die sich beruflich neu orientieren wollen, rät sie, die Veranstaltungen der Firmen zu nutzen und sich ein Bild von den möglichen künftigen Arbeitgebern zu machen.
BARBARA SOMMERHOFF