

Leben

Krisen-Management: Die Post stimmt die Mitarbeiter auf den Börsengang ein

„Da geht die Post ab“

Ein groß angelegter Kommunikationsprozess soll die Bedenken der Belegschaft ausräumen.

Rita Michlits

„Da geht im wahrsten Sinne des Wortes die Post ab“, sagt Post-General Anton Wais bei der Präsentation der Bilanz 2005. Der Umsatz stieg von 1,65 auf 1,7 Mrd. Euro. Das Betriebsergebnis (vor Zinsen und Steuern) kletterte von 82 auf 103 Mio., ein Plus von 25,3 Prozent. Der Cash-Flow betrug 283,9 Mio. Euro – plus 14,3 Prozent. „Beim Betrachten dieser aufwärts gerichteten Pfeile darf ich Sie einen Augenblick alleine lassen“, zeigt sich Wais hochzufrieden.

Bei der Beschäftigungszahl verharret der Post-Chef hingegen nur wenige Augenblicke. In den drei Divisionen Brief, Paket und Logistik sowie Filialnetz zeigen die Kurven nach unten. 2003 hatte die Österreichische Post AG noch 27.713 Mitarbeiter, 2004 waren es 26.342, und 2005 baute der Konzern weitere 4,4 Prozent der Belegschaft auf nunmehr 25.192 Mitarbeiter ab. „Die Restrukturierung ist nie abgeschlossen, wenn es um Effizienzsteigerung geht“, stellt Wais klar und meint damit scheinbar weniger die Mitarbeiter als die weitere Ausrichtung auf den Geschäftskundenbereich und Investitionen in moderne Infrastruktur. Mit der Gewerkschaft gebe es ein gutes Verhältnis. Wais rechnet nicht mit Streiks vor dem bevorstehenden Börsengang.

Wer will nun an die Börse?

Ein gutes Verhältnis bezeichnet Personalvertreter und Aufsichtsrat Martin Palensky als überzeichnet. „Sachlich korrektes Arbeitsverhältnis trifft eher zu“, sagt er.

Generalsekretärin Viktoria Kickinger beruhigt die Belegschaft: „Der große Abbau ist vorbei.“ Gewerkschaft und Personalvertretung sehen das zwar im Moment auch so, allerdings hänge die Sicherheit der Arbeitsplätze im Fall eines Börsengangs, „so er jetzt kommt“, von der guten Entwicklung der Aktie ab, schränkt Palensky ein.

Das wiederum hänge von der Konkurrenzfähigkeit der Post am europäischen Markt ab und von der Entwicklung der Liberalisierung der Postdienste in der EU. Die Wachstumsstrategie für Osteuropa enthält „gute Ideen, aber wie sich diese Ideen auf die Bilanz auswirken“, das sei Palensky zufolge völlig offen. Der Vorstand ver-



Nach einer Restrukturierungswelle in den vergangenen Jahren ist der große Mitarbeiterabbau bei der Post nun vorbei, beruhigt Generalsekretärin Viktoria Kickinger. Foto: Christian Houdek für Post AG

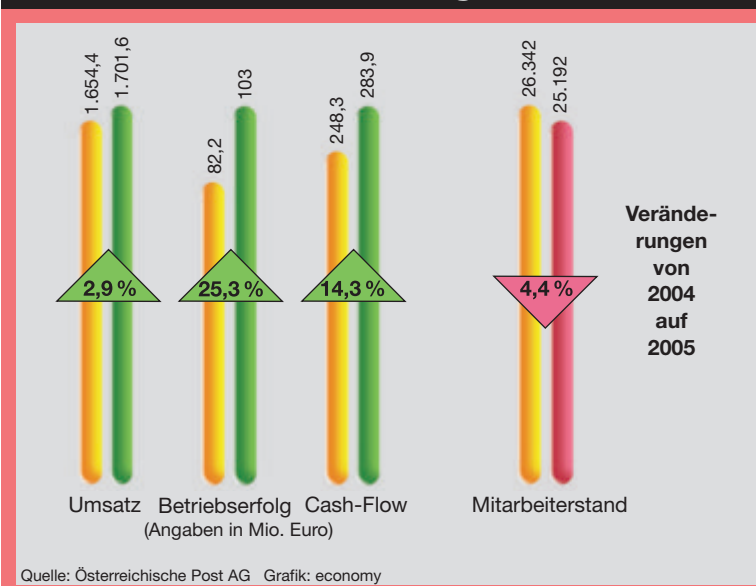
kaufe die Expansionspläne intern unter dem Namen „Wachstum 2008 Plus“. Was für den stellvertretenden Vorsitzenden der Personalvertretung nur soviel heißt wie, „diese Ideen wirken frühestens 2008“. Wenn die Post weder dem Konkurrenzdruck durch die großen Player aus Deutschland und Holland standhält noch das Osteuropageschäft anzieht, „zahlen die Zeche bestimmt nicht die Aktionäre, sondern die Mitarbeiter. Sie sind das schwächste Glied in der Kette“, so Palensky. „Gehen die Umsätze zurück, haben wir massive Auswirkungen auf die Mitarbeiter.“ Nachsatz: „Die Börse reagiert rigoroser, wenn kein Wachstumspotenzial vorhanden ist.“

Roadshow gegen die Krise

Die Personalvertretung sieht sich als „verlängerter Arm der Kollegenschaft“ und möchte alle Mitarbeiter zu diesem Thema befragen. Zu einem Börsengang bis Ende Mai sagt Palensky nur: „Das will vielleicht das Management.“ Die Gewerkschaft schlägt indes vor, die Bilanz 2006 abzuwarten, um 2007 zu diskutieren. „Wohlgemerkt wollen wir dann in die Diskussion eintreten, eine Zusage für 2007 gibt es von unserer Seite nicht“, sagt Palensky.

Seit 1999 haben 9.000 Mitarbeiter das Unternehmen verlassen. „Wir haben fast sieben Jahre Restrukturierung hinter-

Positive Bilanz mit Beigeschmack



uns. Die Post-Mitarbeiter wollen endlich durchatmen“, formuliert er.

Um den Mitarbeitern die Angst vor dem Kapitalmarkt zu nehmen, hat die Post einen groß angelegten Motivationsprozess in Gang gesetzt. Für die „750 Stehungen, die gehen schneller als Sitzungen“, argumentiert Kickinger, wurden 50 Führungskräfte eingeschult. Bis zum streng geheim gehaltenen IPO strömen die Manager in ganz Österreich aus, um einer Kleingruppe von je 35 Personen die drängendsten Fragen zu beantworten. Personalvertreter Palensky hält den Versuch, über solche Veranstaltungen und ten-

denziöse Beiträge in der Mitarbeiterzeitung die Belegschaft zu beruhigen, für legitim.

„Es ist halt vielleicht nicht alles wahr, was da drin steht oder bei den Power-Point-Präsentationen gesagt wird“, wirft er ein. Er glaubt, die Post habe schlechtere Karten als die Telekom Austria vor dem Börsengang. Palensky: „Im Jahr 2000 stand ein megamäßiger Handyboom bevor, das wusste man.“ Beispiel zwei: „Jeder muss tanken. Die OMV kann also auch nichts falsch machen.“

Viktoria Kickinger wird das Problem sicher meistern. Sie hat sich in einem Buch für Krisen aller Art bedankt.

Karriere

economy fragt Umsteiger: Wie gut sind Sie im beruflichen Krisen-Management?

● Alexander Szönyi (35) verstärkt seit kurzem das Team von Novell Österreich. Der neue Business Partner und Alliance Manager hält's mit Hans Arndt: „Bedeutende Erfolge sind auch die Ergebnisse überwindener Krisen.“



Business Consultant Matthias Schabl hält Krisen immer auch für eine Chance. „Wer sie zur positiven Veränderung nutzen kann, hat einen wesentlichen Vorteil gegenüber Nur-Schönwetter-Managern: Er kann frei von Angst agieren“, sagt der 39-jährige Berater. Fotos: Novell



● Herbert Brauneis übernimmt nach langjähriger Tätigkeit für Plaut und IDS Scheer Österreich die Marketing- und Vertriebsleitung bei Prolytic. Von einem Fahrtechniktrainer habe er gelernt, „beim Schleudern nicht auf den Baum, sondern auf die Straße zu schauen. Das kann durchaus bedeuten, durchs Seitenfenster statt durch die Frontscheibe zu blicken.“ Krisen sieht er als geänderte Rahmenbedingung, auf die er sich mit geänderten Aktivitäten einstelle. „Generell machen mir wechselnde Anforderungen Spaß. Also sehe ich nicht die Krise im Vordergrund, sondern das Ziel, das anzustreben ist“, so Brauneis. Foto: Prolytic



● Peter Kleemann, PR-Berater für IT- und Telekomkunden bei Hohegger, ist eine proaktive Einstellung, Vertrauen in das eigene Know-how und die Bereitschaft, über den persönlichen Horizont hinauszublicken, wichtig. Jeder Job trägt zur Persönlichkeitsbildung bei, ob er nun Spaß mache oder nicht, meint der 30-jährige PR-Mann. Er glaubt daran, „dass sich fachliche Kompetenz letztendlich immer durchsetzt“ – auch in der Krise. Foto: Hohegger

