

ALPHA

DER KADERMARKT DER SCHWEIZ



EINE PUBLIKATION DER VERLAGE TAGES-ANZEIGER UND SONNTAGSZEITUNG.
SAMSTAG/SONNTAG, 23./24. JANUAR 2010.
AUFLAGE 415'879. TEL 044 248 40 41, FAX 044 248 10 20

Weitere Kaderstellen täglich im Internet: www.alpha.ch

Arbeitsrecht in der Unternehmung – Teil 35

Pflicht zur Gleichstellung

Was müssen Personalverantwortliche aufgrund des Gleichstellungsgesetzes beachten? Welche Ansprüche haben von einer Geschlechterdiskriminierung betroffene Personen und wer trägt die Beweislast?

von Rechtsanwalt lic. iur. Thomas M. Meyer (*)

Das am 1. Juli 1996 in Kraft getretene Gleichstellungsgesetz bezweckt die Förderung der tatsächlichen Gleichstellung von Frau und Mann im Erwerbsleben. Das Gesetz sieht denn auch verschiedene wichtige Regelungen vor, die nachfolgend im Überblick dargestellt werden sollen.

Verbot der Diskriminierung

Zentrales Kernstück des Gleichstellungsgesetzes bildet das in Art. 3 enthaltene Diskriminierungsverbot, welches ausdrücklich vorschreibt, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aufgrund ihres Geschlechts weder direkt noch indirekt benachteiligt werden dürfen, namentlich nicht unter Berufung auf den Zivilstand, auf die familiäre

Situation oder, bei Arbeitnehmerinnen, auf eine Schwangerschaft. Dabei ist zu beachten, dass das Diskriminierungsverbot einen sehr weiten Anwendungsbereich hat, gilt es doch insbesondere für die Anstellung, Aufgabenzuteilung, Gestaltung der Arbeitsbedingungen, Entlohnung, Aus- und Weiterbildung als auch bei der Beförderung und Entlassung. In der Praxis bildet der Hauptanwendungsbereich dieser Bestimmung die Frage, ob im konkreten Fall eine geschlechterspezifische Lohnungleichheit vorliegt. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass das Gleichstellungsgesetz nur die Lohngleichheit zwischen Frau und Mann und nicht etwa unter Arbeitnehmern des gleichen Geschlechts gewährleistet. Zuweilen liegt eine indirekte Diskriminierung vor. Dies ist dann der Fall, wenn die Ungleichbehandlung äusserlich geschlechtsneutral erscheint, jedoch im Ergebnis überwiegend das eine Ge-

schlecht benachteiligt, ohne dass dies durch sachliche Gründe gerechtfertigt ist. Eine solche indirekte Diskriminierung wäre bspw. dann gegeben, wenn ein Unternehmen für Teilzeitarbeitende generell schlechtere Arbeitsbedingungen vorsieht und dies im konkreten Fall dazu führt, dass davon grösstenteils nur Arbeitnehmerinnen betroffen sind, da erheblich mehr Frauen als Männer Teilzeit arbeiten.

Sexuelle Belästigung

Bereits aufgrund der Fürsorgepflicht nach Art. 328 des Obligationenrechts ist der Arbeitgeber dafür verantwortlich, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht sexu-

ell belästigt werden und den Opfern von sexuellen Belästigungen keine weiteren Nachteile entstehen. Aber auch das Gleichstellungsgesetz regelt die Diskriminierung durch sexuelle Belästigung und hält dabei ausdrücklich fest, dass jedes belästigende Verhalten sexueller Natur oder ein anderes Verhalten aufgrund der Geschlechtszugehörigkeit, das die Würde von Frauen und Männern am Arbeitsplatz beeinträchtigt, diskriminierend ist. Darunter fallen insbesondere Drohungen, das Versprechen von Vorteilen, das Auferlegen von Zwang und das Ausüben von Druck zum Erlangen eines Entgegenkommens sexueller Art. Der Arbeitgeber ist deshalb verpflichtet, Massnahmen zur Verhinderung sexueller Belästigungen zu treffen. Zu solchen Massnahmen gehören bspw. die Information und Sensibilisierung der Mitarbeitenden durch Merkblätter, die Bekanntgabe und Umsetzung einer diesbezüglichen Unternehmenspolitik sowie die Einführung interner oder externer Anlauf- und Beratungsstellen. Gelingt es dem Arbeitgeber im konkreten Fall nicht, den Beweis zu erbringen, die erforderlichen und zumutbaren Massnahmen zur Verhinderung sexueller Belästigungen im Betrieb getroffen zu haben, wird er entschädigungspflichtig.

Sanktionen bei Verstössen

Damit den Vorgaben des Gleichstellungsgesetzes auch tatsächlich Folge geleistet wird, sieht Letzteres denn auch erhebliche Sanktionen vor. So kann bei einer Lohndiskrimi-

nierung die betroffene Person die Nachzahlung der Lohndifferenz für die Vergangenheit, beschränkt auf die gesetzliche Verjährungsfrist von fünf Jahren, verlangen. Für den Fall einer geschlechterdiskriminierenden Kündigung des Arbeitsverhältnisses sieht das Gesetz eine Entschädigungszahlung von bis zu sechs Monatslöhnen vor. Aber auch Personen, deren Bewerbung für eine Anstellung aus geschlechterdiskriminierenden Gründen

(Fortsetzung auf Seite 4)

Aufgeschnappt

Downaging

Während unsere Gesellschaft biologisch altert, steigt gleichzeitig unsere Lebenserwartung immer weiter an. Damit sinkt das probabilistische Lebensalter, unsere Gesellschaft verjüngt sich relativ gesehen. Da sich parallel dazu auch unsere Lebensführung verändert, schiebt sich auch die «Ermattungsschwelle» hinaus: Statt Passivität und Krankheit nach anstrengender, f...

Mehr dazu unter > www.alpha.ch

Aufgeschnappt: Aktuelle Begriffe, für Sie fundiert und in Kurzform aufbereitet und erläutert. In Zusammenarbeit mit

:zukunfts|institut



Thomas M. Meyer

Tagesseminar vom 23. März 2010

Infolge grosser Nachfrage wird das diesjährige Tagesseminar «Arbeitsrecht in der Unternehmung» am 23. März 2010 in Zürich ein drittes Mal durchgeführt. Die Veranstaltung behandelt aktuelle arbeitsrechtliche Themen, mit denen Personalverantwortliche häufig konfrontiert werden. Infos und Anmeldung: Meyer & Wipf Rechtsanwälte, Zürich, Tel. 043 344 99 33. www.arbeitsrechtsberatung.ch

(Fortsetzung von Seite 1)

nicht berücksichtigt wurde, haben einen Anspruch auf Entschädigung, welcher jedoch maximal drei Monatslöhne beträgt. Dabei kann eine Person, die den Verdacht hat, aufgrund des Geschlechts nicht angestellt worden zu sein, vom entsprechenden Arbeitgeber eine schriftliche Begründung verlangen. Will die betroffene Person in der Folge den Anspruch auf Entschädigung geltend machen, muss sie die entsprechende Klage innert drei Monaten, nachdem ihr der Arbeitgeber die Ablehnung der Anstellung mitgeteilt hat, erheben, ansonsten der Anspruch verwirkt ist. Schliesslich ist darauf hinzuweisen, dass das Gleichstellungsgesetz auch noch besondere Kündigungsschutzregelungen enthält.

Die Frage der Beweislast

Da es für die betroffene Person oft sehr schwierig ist, den vollen Beweis für eine behauptete Geschlechterdiskriminierung zu erbringen, sieht das Gleichstellungsgesetz eine gewisse Beweislast erleichterung vor. Demnach muss in den in Art. 6 abschliessend genannten Fällen eine Geschlechterdiskriminierung nur glaubhaft gemacht werden. Soweit eine solche Glaubhaftmachung der betroffenen Person gelingt, führt dies zu einer Beweislastumkehr mit der Folge, dass der Arbeitgeber das Fehlen einer geschlechtsspezifischen Diskriminierung zu beweisen hat. Kann also bspw. die Arbeitnehmerin glaubhaft machen, dass ihr aufgrund des Geschlechts gekündigt wurde, liegt es am Arbeitgeber, den vollen Beweis dafür zu erbringen, dass die Kündigung in Tat und Wahrheit aus anderen, rechtlich zulässigen Gründen erfolgte. Gelingt dieser Beweis nicht, wird der Arbeitgeber entschädigungspflichtig.

(*) Rechtsanwalt Thomas M. Meyer ist Fachanwalt SAV Arbeitsrecht. Er ist Partner in der Zürcher Anwaltskanzlei Meyer & Wipf und Veranstalter der Seminarreihe «Arbeitsrecht in der Unternehmung» (www.meyer-wipf.ch; th.meyer@meyer-wipf.ch).

E-Mail-Nutzung im Unternehmen

Kultur gegen die Flut

Die elektronische Informationsflut, die täglich über die Mitarbeitenden hereinbricht, ist ein unterschätztes Problem. Die Studie eines Beratungsunternehmens in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern zeigt, wie die Unternehmenskultur den Umgang mit der elektronischen Post direkt beeinflusst.

von Daniel Seiler (*)

Als die Geschäftskorrespondenz noch vorwiegend von Hand oder mit der Schreibmaschine geschrieben wurde, gab es klare Regeln, wann und wie ein Brief geschrieben werden musste. Für Qualität und Sauberkeit garantierte die Unterschrift des Chefs. Diese Kontrollfunktion gibt es bei der E-Mail-Korrespondenz nicht mehr. Ein Klick genügt und der elektronische Brief ist verschickt. Klassische Werte wie Genauigkeit und Verbindlichkeit verlieren mehr und mehr an Bedeutung.

Der Preis der Geschwindigkeit

Der Nutzen von E-Mails ist wohl unbestritten. Das hatte jedoch auch einen drastischen Anstieg der «Informationen» zur Folge, die dank dem Medium erhalten und verschickt werden. In manchen Unternehmen spricht man gar von einer Informationsflut, die täglich auf die Mitarbeitenden hereinbricht. Sie fordert respektive überfordert die Mitarbeitenden zunehmend. Negative Folgen sind Arbeitsüberlastung, Qualitätseinbussen, Missverständnisse und Unklarheiten. Wie kann sich ein Unternehmen vor diesen Auswirkungen schützen und besagter Informationsflut entgegenwirken? Im Auftrag von

The Rainmaker Corporation befragten Studenten der Hochschule Luzern in qualitativen Interviews 15 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Die Studie zeigt, dass ein enger Zusammenhang zwischen der Verwendung des Mediums «E-Mail» und der Unternehmenskultur respektive der Unternehmenswerte besteht.

Kaum Gegensteuer

Das Problem wird überwiegend nur unbewusst wahrgenommen. Die Unternehmen stellten zwar eine Zunahme der internen Kommunikation fest; konkrete Massnahmen gegen die steigende Anzahl ein- und ausgehender E-Mails wurden jedoch mehrheitlich noch keine getroffen. Dass Mitarbeitende pro Tag drei Stunden oder mehr mit der Bearbeitung von E-Mails verbringen, wird häufig noch als normal betrachtet. Die meisten Unternehmen haben bisher auch noch keine Erhebung zur Anzahl E-Mails durchgeführt. Lediglich eine Minderheit der befragten Betriebe setzte sich bereits aktiv mit der Informationsflut auseinander. Und nur eines der befragten Unternehmen hat Regeln für den Umgang mit E-Mails festgelegt und vermittelt diese in Mitarbeiterworkshops.

Tradition schützt

Klassische Werte wie Zuverlässigkeit, Genauigkeit oder Verbindlichkeit beeinflussen das Kommunikationsverhalten der Mitarbeitenden im positiven Sinn. Die traditionsreichen Unternehmen, die ihre Unternehmenskultur aktiv leben und pflegen, sind deshalb von der Problematik weniger betroffen. Gründe dafür sind, dass in diesen Unternehmen das persönliche Gespräch nach wie vor einen hohen Stellenwert hat und dass die

Kompetenzen und Verantwortlichkeiten klar geregelt sind, sodass weniger CC-Mails zur «Absicherung» versendet werden. Interessanterweise sind es auch diese traditionsreichen Unternehmen, die sich aktiv mit der Thematik «Informationsflut» beschäftigen und bereits entsprechende Massnahmen zum effizienten Umgang mit dem Medium E-Mail eingeleitet haben.

Selbstverständnis als Orientierung

Eine «intakte» Unternehmenskultur kann also die Nutzung der elektronischen Post positiv beeinflussen und hilft, der Informationsflut effizient zu begegnen. Doch was machen Unternehmen, die durch Zusammenschlüsse und Managementwechsel Veränderungen unterworfen sind und bei denen die Unternehmenskultur weniger greifbar ist? Diese Firmen definieren Leitbilder mit Unternehmenswerten als Führungsinstrumente und als Grundlage zur Orientierung. Dazu hat die Studie ergeben: Die meist genannten und wichtigsten Unternehmenswerte sind Kundenfokus, Kompetenz, Qualität, Vertrauen und Verantwortung, was zeigt, dass klassische Werte auch heute noch zählen. Sie wurden jedoch nicht im Zusammenhang mit der E-Mail-Nutzung genannt. Zudem konnten nicht alle befragten Personen ihre definierten Unternehmenswerte aufzählen. Teilweise wussten sie lediglich, wo sie einsehbar sind. Leitbilder und Unternehmenswerte geben aber nur dann Orientierung, wenn sie in einem Credo oder



Daniel Seiler

Selbstverständnis der Firma münden, das nach innen und nach aussen verständlich kommuniziert, wofür das Unternehmen steht und was das Selbstverständnis für jeden Mitarbeiter in der täglichen Arbeit bedeutet. Die Untersuchung und eigene Erfahrungen zeigen, dass es bei vielen Unternehmen ein «internes» Selbstverständnis und einen «externen» Claim für die Kunden gibt. Dies hilft nicht, die Unternehmung greifbarer zu machen. Ein gutes Beispiel für ein gelebtes Selbstverständnis ist Apple. Der Claim «Think Different» steht nicht nur für innovative Produkte wie der iPod oder das iPhone, sondern wird auch intern gelebt.

Vorleben und konkretisieren

Von ausschlaggebender Bedeutung ist, dass die Werte zur Firma passen. Sie müssen aus dem Unternehmen heraus entwickelt werden und unverwechselbar sein. Entscheidend ist zudem, dass den Mitarbeitenden aufgezeigt wird, was die Unternehmenswerte für Ihre Arbeit konkret bedeuten. Was heisst zum Beispiel «Verbindlichkeit» in Bezug auf die E-Mail-Kommunikation? Unternehmenswerte etablieren sich zudem nicht von heute auf Morgen und werden auch nicht in einem «One-Off-Projekt» realisiert, es braucht vielmehr ein Wandel im ganzen Unternehmen – bei Mitarbeitern und beim Management. Von zentraler Bedeutung im Umgang mit E-Mails, Leitbildern und Unternehmenswerten ist weiter die Vorbildfunktion der Vorgesetzten. Sie müssen die definierten Regeln und Werte täglich vorleben und das Management und das Kader entsprechend motivieren, mitzumachen – auch in Bezug auf die E-Mail-Kommunikation. Das Ziel lautet also: Etablieren und Leben einer Unternehmenskultur, in der aus Regeln ein Selbstverständnis wird. Das Resultat sind motivierte Mitarbeiter, die Kunden langfristig an das Unternehmen binden.

(*) Daniel Seiler ist Geschäftsführer der Marketing- und Unternehmensberatung The Rainmaker Corporation. (www.rainmakercorp.ch)