

Interview

Thomas Ogilvie, Personalvorstand und Arbeitsdirektor von Deutsche Post DHL Group, anlässlich der Veröffentlichung des neuen Deutsche Post Glücksatlas 2019

Herr Ogilvie, die Deutsche Post veröffentlicht mittlerweile zum neunten Mal den Deutsche Post Glücksatlas. Wie zufrieden sind die Deutschen?

Die Deutschen sind in diesem Jahr so zufrieden mit ihrem Leben wie noch nie seit Beginn der Umfrage. Mit einem Wert von 7,14 wird die Vorjahresmarke von 7,05 (Glücks-)Punkten noch einmal übertroffen. Und das trotz vielfältiger und kontroverser gesellschaftlicher Debatten, die oft ein anderes Bild in der Bevölkerung vermitteln.

Worin liegen die Gründe der stabilen Zufriedenheit der Deutschen?

Der aktuelle Glückssprung ist unter anderem auf anhaltend gute Beschäftigungsquoten und niedrige Arbeitslosenraten sowie dem insgesamt guten Allgemeinbefinden der Deutschen zurückzuführen.

Solche grundsätzlichen und glückstreibenden Aspekte werden im Rahmen gesellschaftlich geführter Debatten häufig übersehen. Der diesjährige Anstieg ist dennoch bemerkenswert, als dass die Folgen der Finanz- und Euro-Krise sowie der Flüchtlingsthematik weiterhin spürbar sind und die weltweiten Handelskonflikte aktuell der globalen Konjunktur zusetzen.

Wie entwickelt sich die Lebenszufriedenheit im Ost-West-Vergleich?

Die historische Zufriedenheitslücke zwischen Ost- und Westdeutschland ist seit Beginn der Messungen (seit 1989) auf 0,17 Punkte Abstand geschrumpft. Im Osten der Republik stieg die Lebenszufriedenheit in 2019 sogar um 0,11 Punkte an. Mit nunmehr 7,0 Punkten sprechen wir vom höchsten Zufriedenheitswert, der in Ostdeutschland jemals seit dem Mauerfall vor 30 Jahren gemessen wurde.

Welches Sonderthema haben Sie sich in diesem Jahr genauer angesehen?

Wir haben uns in diesem Jahr mit dem Sonderthema „Geschlechtergerechtigkeit“ mit speziellem Fokus auf die Arbeit beschäftigt. Wir haben zum Beispiel gefragt, inwieweit Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt bei der Arbeit in Deutschland bereits gelebt werden und in welchem Maß sich diese Vielfalt auf die Zufriedenheit mit und bei der Arbeit auswirkt. Zudem wollten wir von den Deutschen wissen, wie die familiären Pflichten zwischen Frauen und Männern im Haushalt aufgeteilt werden.

Welche neuen Erkenntnisse konnten Sie im Bereich der „Gender Diversity“ gewinnen?

Der Glücksatlas belegt, dass Arbeiten in gemischten / diversen Teams für 64 Prozent der arbeitenden Deutschen die Arbeitszufriedenheit steigert. Das sehen im Übrigen Männer und Frauen gleichermaßen so. Unternehmen, die mit divers aufgestellten Abteilungen arbeiten werden zudem mit zufriedeneren Mitarbeitern und besseren Arbeitsergebnissen belohnt.

Und in welchen Bereichen zeigt sich konkreter Handlungsbedarf in Unternehmen?

Es gibt noch Einiges zu tun, um ein tatsächlich gleichberechtigtes Miteinander zwischen den Geschlechtern bei der Arbeit zu erreichen. Zwar sehen knapp 45 Prozent der arbeitenden Deutschen bereits konkrete Aktivitäten ihrer Unternehmen, um mehr Gleichberechtigung zu erreichen. Gleichzeitig wird Männern bei der Arbeit immer noch ein größeres Maß an Aufmerksamkeit zugestanden. Und auch bei den Aufstiegschancen in Führungspositionen im Unternehmen, sehen sich 25 Prozent der Frauen nach wie vor benachteiligt. Dies spiegelt sich auch in den harten Fakten wider: So sind Frauen in Führungspositionen in deutschen Unternehmen mit 30-35% immer noch unterrepräsentiert.

Welche persönlichen Schlüsse ziehen Sie als Personalvorstand aus den Ergebnissen des Sonderthemas „Geschlechtergerechtigkeit“?

Wir alle sind dazu aufgerufen, aus gewohnten, traditionellen Rollenmustern zwischen Männern und Frauen auszubrechen. Sowohl Unternehmen aber auch jeder Einzelne in unserer Gesellschaft kann dazu einen Beitrag leisten. Dies gilt sowohl für das Arbeiten in gemischten Teams, der Schaffung besserer Aufstiegschancen für Frauen und im gleichen Maße einer gerechteren Aufteilung zwischen den Geschlechtern für die Herausforderungen im privaten Bereich. Unsere Erhebungen zeigen: Bei der Verteilung von Pflichten und Aufgaben im Haushalt gibt es immer noch ein massives Ungleichgewicht zu Ungunsten der Frauen. Insgesamt muss es das Ziel sein, eine gerechtere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu schaffen.

Wie wird Gender Diversity bei Deutsche Post DHL Group gelebt?

Vielfalt und Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern spielt in unserem Unternehmen eine wichtige Rolle und ist Teil unseres Selbstverständnisses. So haben wir gerade erst in unserer neuen konzernweiten Unternehmensstrategie Strategie 2025 konkrete Ziele für Frauen in Führungspositionen festgelegt. In den nächsten 5 Jahren werden wir global einen Frauenanteil von 30 Prozent in Führungspositionen in unserem Unternehmen erreichen. Derzeit liegen wir bereits bei 22 Prozent. Wir nehmen das Thema als Unternehmen ernst und haben uns erstmals in unserer Unternehmensgeschichte ein ganz konkretes Ziel in unser Pflichtenheft geschrieben, an dem wir uns messen werden.

Und welche Maßnahmen für mehr Geschlechtergerechtigkeit wurden bei Deutsche Post DHL Group bisher ergriffen?

Wir haben hier eine Vielzahl an Maßnahmen ergriffen. Dazu gehören Mentoring- und Talentprogramme in unseren Unternehmensbereichen, um Frauen den Weg in Führungspositionen zu erleichtern. Auch unterstützen wir interne Konferenzen und Netzwerktreffen zum Thema Chancengleichheit und Frauenförderung, um dem Thema Nachdruck zu verleihen und unseren weiblichen Kolleginnen die Möglichkeit zu geben, wichtige Karrierenetzwerke aufzubauen. Wir blicken außerdem über den Tellerrand hinaus und bieten Frauen und Männern flexible Arbeitszeiten, Teilzeit und Home-Office-Tage, um familienfreundliche Arbeitsplätze zu schaffen. Für diese Anstrengungen für mehr Vielfalt und Gerechtigkeit wurden wir im Jahre 2018 übrigens mit dem renommierten Catalyst Award ausgezeichnet, worauf wir stolz sind.

Wie glücklich ist das Unternehmen Deutsche Post in diesem Jahr? Messen Sie auch die Zufriedenheit Ihrer eigenen Mitarbeiter?

Das regelmäßige Feedback unserer Kolleginnen und Kollegen ist für uns als eines der weltweit größten Unternehmen sehr wichtig. Deshalb befragen wir jedes Jahr unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Themen wie Zufriedenheit im Job, Qualifizierung und Weiterentwicklung oder zu Dialog und Werten im Konzern. Diese Umfrage führen wir natürlich nicht nur bei unseren rund 220.000 Kolleginnen und Kollegen in Deutschland durch, sondern weltweit bei unseren rund 550.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 220 Ländern.

Ich bin überzeugt, dass nur zufriedene Mitarbeiter, die faire Arbeitsbedingungen vorfinden und angemessen bezahlt werden, unseren Kunden die Top-Leistungen liefern können, die sie

verdienen. Schlussendlich profitieren wir also alle von Zufriedenheit und Glück bei der Arbeit – sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch unsere Kunden und Investoren und natürlich auch wir als Arbeitgeber und Unternehmen.