Design Award für Tatort Frische

FRITSCHUNDFREUNDE gewinnt mit ungewöhnlicher Werbekampagne

Von **Volker Nies**

Der Mix aus Crime und Küche brachte der Werbeagentur fritschundfreunde aus Fulda einen der begehrtesten Designpreise: den German Design Award 2017 in der Kategorie „Integrated campaigns und advertising“.

Ingrid und Jürgen Fritsch bei der feierlichen Übergabe des German Design Award in Frankfurt. Foto: privat

Mit dem Prädikat werden Arbeiten gewürdigt, deren Design besonders gelungene Teilaspekte oder Lösungen aufweist – eine Auszeichnung, die das Engagement von Firmen und Designern honoriert.

Tatort ist das Betriebsrestaurant. Dabei nutzt die Kampagne zahlreiche Schnittstellen, um mit der Zielgruppe, den Tischgästen, zu kommunizieren: Absperrbänder am Tatort, Buttons für die Mitarbeiter, die sich als „Überzeugungstäter“ zu erkennen geben und passende Aktions-Menüs. Eine „Zeugenbefragung“ samt Gewinnspiel machen den Kommunikationsmix perfekt.

„Tatort Frische“ ist eine Aktionskampagne, die alle Beteiligten im Wertschöpfungsprozess berücksichtigt. „Der Preis ist eine tolle Bestätigung für unsere Arbeit und macht sichtbar, wie Storytelling funktioniert“, sagt Harald Jürgen Fritsch. Bereits 2016 wurde die gleiche Kampagne vom renommierten Fachmagazin gv-Praxis als beste GV-Aktion ausgezeichnet. Der German Design Award gilt als der internationale Premiumpreis des Rates für Formgebung. Jährlich werden hochkarätige Einreichungen aus dem Produkt- und Kommunikationsdesign prämiert. Die Werbeagentur fritschundfreunde in der Christian-Wirth-Straße in Kohlhaus wurde 1994 von Harald Jürgen Fritsch gegründet. Heute gehören sechs Mitarbeiter zum Stammteam.

Auszeichnung als baubiologisch empfehlenswert

ZKW OTTERBEIN erhalten begehrtes Zertifikat für Kalkputze, -farben und -spachtel

Freuen sich über die positive Produktbewertung der Kalksysteme: Birte Rowold, Leiterin Qualitätssicherung (rechts) und Bettina Rüger, Produktmanagerin. Foto: privat

Das Unternehmen ZKW Otterbein aus Müs trägt dazu bei, dass Bauherren eine Allergiker-freundliche, gesundheitsbewusste, ökologisch und baubiologisch einwandfreie Wohnatmosphäre schaffen können.

Als „baubiologisch empfehlenswert“ hat das Deutsche Institut für Nachhaltiges Bauen (DINB), die Kalksysteme CALCEA und CAREMA der Zement- und Kalkwerke Otterbein eingestuft. Nachdem dieses Produktsortiment bereits 2016 vom Institut für Umwelt und Gesundheit (IUG) mit dem Zertifikat „Allergiker-freundliches Produkt“ ausgezeichnet wurde, erhielten nun alle 19 Otterbein-Produkte auf Kalkbasis vom DINB die positive Bescheinigung. „Als einzige derzeit am Markt verfügbare Kalkputz- und -beschichtungssysteme zählen unsere Produkte damit zu den Baustoffen, mit denen Hausbau und Wohnklima aus baubiologischer und nachhaltiger Sicht einwandfrei gestaltet werden können“, erklärt das Unternehmen. Basis des Otterbein-Sortiments ist das Naturprodukt Kalk. Die Produkte sind frei von Zement und Bindemitteln. vn

Entfernungen

Die Entfernung zwischen dem Messegelände auf der Fulda Galerie und dem Industriegebiet in Hünfeld beträgt in dieser Woche nicht nur 17 Kilometer. Zwischen den Orten liegen ganzen Welten. Auf der Fulda Galerie präsentiert sich Osthessens Handwerk – Unternehmen, die auf langfristige Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Beschäftigten setzen, und die nicht nur von sozialer Verantwortungen reden, sondern sie leben. Viele dieser soliden Betriebe arbeiten in Hünfeld.

Im Hünfelder Industriegebiet hingegen zeigt der US-amerikanische Kosmetikkonzern Coty die hässliche, verantwortungslose Seite der Marktwirtschaft. Coty will das Wella-Werk Ende 2018 schließen und alle 380, zumeist hervorragend ausgebildete Mitarbeiter entlassen. Coty hat nicht etwa Struktur- oder Kostenprobleme, die zu Änderungen zwängen. Auch ein Verkauf des Werks ist keine Option. Nein, die Coty-Zentrale in New York will Kapazitäten vom Markt nehmen. Das bedeutet: Das Werk in Hünfeld wird geschlossen, um an anderer Stelle mit der Produktion von Düften wie Chloé, Cerruti und Hugo Boss mehr Geld zu verdienen.

Man darf dankbar sein, dass verantwortungsvolle Mittelständler und Handwerker in Osthessen den Ton angeben und nicht etwa bedenkenlose Global Player.

Volker Nies

Nicht jede Äußerung ist Arbeitnehmern erlaubt

AKTIVITÄTEN BEI FACEBOOK & CO. können zu arbeitsrechtlichem Konflikt führen

Von **Anna Franziska Hauer**

Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat und Co. ermöglichen auf unterschiedlichste Weise zwischenmenschlichen Austausch im Netz. Sie weiten den sozialen Aktionsradius erheblich aus. Beinahe jeder, der heute einen Internetzugang hat, nutzt mindestens ein soziales Netzwerk. Was dort vor sich geht, hat mit dem Arbeitsverhältnis aber sicher nichts zu tun – oder doch?

Wer kennt sie nicht – die Freunde, vielleicht sogar Kollegen, die in allen sozialen Netzwerken großzügig Informationen über ihr Privatleben und die persönliche Weltanschauung teilen. Oft ist ihnen nicht bewusst, dass die veröffentlichten Inhalte eben keine reine Privatsache sind.

Grundsätzlich geht es den Arbeitgeber nichts an, wie seine Mitarbeiter ihre Freizeit verbringen und sich außerhalb des betrieblichen Umfeldes darstellen – selbst wenn er es insgeheim missbilligen sollte. Zeigt der Arbeitnehmer jedoch ein Verhalten, das mit dem Arbeitsverhältnis im Zusammenhang steht, muss er gegebenenfalls mit schwerwiegenden arbeitsrechtlichen Konsequenzen rechnen. Diese können von einer Abmahnung über eine ordentliche oder sogar außerordentliche, also fristlose Kündigung bis zu Unterlassungs-, Beseitigungs-, und Schadensersatzansprüchen reichen. Die Wohlverhaltenspflicht gegenüber dem Arbeitgeber endet nämlich nicht am Werkstor. Auch wenn es nicht explizit im Vertrag steht – gegenseitige Rücksichtnahme- und Treuepflichten haben die Arbeitsvertragsparteien immer zu beachten.

RECHTSFRAGEN IM FIRMENALLTAG

Freilich sind nicht sämtliche Posts, die eventuell irgendwelche Interessen des Arbeitgebers berühren, automatisch unzulässig. Das Recht, eine eigene Meinung zu haben, sie zu äußern und zu verbreiten wird vom Grundgesetz geschützt. Zwischen der Meinungsfreiheit und einer Pflichtverletzung, die schlimmstenfalls das Arbeitsverhältnis in Frage stellt, verläuft jedoch ein schmaler Grat. In jedem Einzelfall sind die gegenläufigen Interessen abzuwägen. Arbeitnehmer dürfen zwar unternehmensöffentlich auch Kritik am Arbeitgeber und den betrieblichen Verhältnissen äußern, unter Umständen auch in überspitzter oder polemischer Form. Grob unsachliche Angriffe, Beleidigungen, Schmähungen oder bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen muss der Arbeitgeber aber nicht hinnehmen. Hier ist der Umstand, dass die Inhalte online veröffentlicht werden, bei der Interessenabwägung wichtig. Es macht nämlich einen Unterschied, ob im engsten Familienkreis ein „offenes Wort“ gesprochen wird oder das eigene Dafürhalten mit einer mehr oder weniger unbestimmten Anzahl an Personen geteilt wird. Zu Hause muss niemand fürchten, dass das eigene Wort auf die Goldwaage gelegt wird.

Anna Franziska Hauer

Wer etwa bei seinem Partner über den Chef schimpft, braucht sich in seiner Ausdrucksweise nicht zurückhalten. Wer jedoch bei Facebook in den persönlichen Informationen in der Rubrik „Arbeitgeber“ eben jenen als „Menschenschinder und Ausbeuter“ betitelt, oder Vorgesetze in Pinnwandeinträgen als „kleinen Scheißhaufen“, „faules Schwein“, „Doofmann“ und dergleichen bezeichnet, muss mit einer Kündigung rechnen (so entschieden vom Arbeitsgericht Hagen mit Urteil vom 16.05.2012 – 3 Ca 2597/11). Übrigens kann im entsprechenden Kontext auch die Verwendung von Emoticons als Beleidigung verstanden werden.

Dann gibt es Äußerungen, die mit dem Arbeitsverhältnis eigentlich gar nichts zu tun haben. Sie beziehen sich weder auf den Betrieb, den Vorgesetzten noch auf Kollegen; weil sie aber besonders extrem sind, können sie trotzdem in einer Kündigung enden. Diese Sachverhalte sind unter dem Stichwort „Facebook-Hetze“ bekannt geworden. Denn rassistische und menschenverachtende Inhalte auf einem privaten Nutzerkonto können auf den Arbeitgeber zurückfallen und sich ruf- und geschäftsschädigend auswirken, jedenfalls wenn er auf dem Profil für Dritte erkennbar ist.

Wer sich in sozialen Netzwerken bewegt, sollte sein digitales Freizeitverhalten selbstkritisch hinterfragen. Als Maßstab mag die Frage helfen, ob das fragliche Verhalten „offline“ akzeptabel wäre. Falls nicht, ist auch – oder gerade – „online“ Zurückhaltung geboten.

Anna Franziska Hauer ist Anwältin bei GREENFORT Rechtsanwälte in Frankfurt