



Senior-Restaurantmanagerin Franziska Schlegelmilch mit Mitarbeiter Kevin Csiky und HR-Direktorin Karin Probst (v.l.).

© McDonald's Österreich

Ein Zeichen setzen

In einer österreichweiten TV-Kampagne in Gebärdensprache wirbt McDonald's Österreich für Inklusion am Arbeitsplatz.

... Von Sascha Harold

BRUNN AM GEBIRGE. Mit über 40 Franchisenehmern und -nehmerinnen ist McDonald's Österreich einer der größten Arbeitgeber in der heimischen Gastronomie. Mit einer neuen TV-Kampagne, die auch einen Spot in Gebärdensprache umfasst, will das Unternehmen jetzt mehr Aufmerksamkeit für das Thema schaffen. Aktuell arbeiten in den österreichischen McDonald's Filialen über 200 Menschen mit Behinderung – künftig soll dieser Anteil noch steigen.

Vielfalt, Respekt, Perspektiven
„Wir sehen Diversität in unseren Teams als absolute Bereicherung. Es sollte selbstverständlich sein, dass Menschen mit Behinderung die gleichen Chancen und Möglichkeiten geboten werden“, so Karin Probst,

”

Wir sehen Diversität in unseren Teams als absolute Bereicherung.

Karin Probst
HR-Direktorin
McDonald's

HR-Direktorin bei McDonald's Österreich, die mit der Kampagne vor allem auch zur Bewusstseinsbildung beitragen möchte. Für Konzept, Art Direction und Projekt Management war DDB Wien verantwortlich, die Filmproduktion wickelte PPMnext Film ab.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Behinderungen sind

bei McDonald's in den verschiedensten Bereichen, von der Betreuung des Gästebereichs bis zur Teilschichtführung, tätig und erhalten vor allem in der ersten Zeit umfassende Unterstützungsangebote im Berufsalltag. Doch auch langfristig legt das Unternehmen viel Wert auf berufliche Weiterentwicklung. So haben sie, wie alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei McDonald's, die Möglichkeit, neue Aufgaben zu übernehmen und Fachkenntnisse durch interne Schulungen zu erweitern.

Bewerbungen möglich

Bewerben können sich zukünftige Kolleginnen und Kollegen über spezialisierte Vereine, die Menschen mit Behinderungen und deren berufliche Inklusion unterstützen und Betriebe professionell beraten, aber auch online über die Website von McDonald's.

NEUKUNDE

Aigner PR und content.link

WIEN. Aigner PR hat seit Jahresbeginn den österreichischen Content-Vermarkter content.link als Neukunden an Bord. Aktuell kommuniziert man für den Auftraggeber mit digicast ein innovatives Tool für den Podcast-Markt. content.link-Gründer Martin K. Linke: „digicast verknüpft die unkomplizierte Buchung einer digitalen Kampagne mit der hohen Aufmerksamkeit der Zielgruppe der Podcast-Hörer.“

Boomender Markt

Als das erste Tool dieser Art in Österreich integriert digicast exklusive Audiospots in Podcast-Umfeldern im D-A-CH-Raum. Damit könne der boomende Audio-Markt für Agenturen und Werbekunden übersichtlich und kostengünstig angeboten werden, ergänzt content.link-Geschäftsführerin Katrin Steiner-Deditz. Die Zusammenarbeit mit Aigner PR wurde nach einem umfassenden Screeningprozess zunächst bis Jahresende fixiert.



© content.link/schrober-arts.at

Zusammenarbeit

content.link-GF Katrin Steiner-Deditz und content.link-Gründer Martin K. Linke.