

Familienfreundliche Angebote für Beschäftigte – Was keiner kennt, bringt keinen Nutzen

Eva Schulte



Dipl.-Ingenieurin Eva Schulte ist Referentin im Referat „Sozialwissenschaftliche Analysen, Familienforschung Baden-Württemberg“ des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg.

Immer mehr Unternehmen messen Familienfreundlichkeit eine hohe Bedeutung zu. Oftmals sind unternehmensinterne Maßnahmen noch zu unbekannt. Das Kompetenzzentrum Beruf & Familie Baden-Württemberg (siehe i-Punkt) unterstützt Unternehmen und Institutionen darin, ihre Angebote bekannter zu machen. Unternehmen mit familienfreundlichen Angeboten gelingt es leichter, qualifiziertes Personal zu gewinnen. Wichtig ist auch der Austausch zwischen Unternehmensvertretern, um den allgemeinen Kenntnisstand über familienfreundliche Maßnahmen zu erhöhen.

Familienfreundlichkeit wurde im Unternehmensmonitor 2006 von Geschäftsführern und Personalverantwortlichen deutscher Unternehmen deutlich häufiger als wichtig eingeschätzt als noch 2003 (Anstieg von 46,5 % auf 71,7 %). Zudem werden verstärkt auch Maßnahmen auf diesem Feld angeboten.¹ Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass eine zukunftsfähige Personalpolitik der Unternehmen und Betriebe in Zeiten zurückgehender Erwerbspersonenzahlen und eines Fachkräftemangels die familiären Bedingungen der Beschäftigten mit einbeziehen muss, um im Wettbewerb um Fachkräfte zu bestehen. Die Arbeitgeber stehen neben der Bereitstellung von familienfreundlichen Maßnahmen gleichzeitig vor der Herausforderung, die Angebote auch bekannt zu machen. Um hier einen deutlichen Zugewinn zu erreichen, sind verschiedene Facetten von Bedeutung:

- die betriebsinterne Kommunikation über die Maßnahmen,
- die externe Kommunikation gegenüber potenziellen Bewerbern,
- die betriebsübergreifende Kommunikation, die zur Grundlage für Kooperationen werden kann und
- die externe Kommunikation gegenüber Kunden, auf die aber im Folgenden nicht näher eingegangen wird.

Familienfreundliche Leistungen müssen intern bekannt gemacht werden

Praxisbeispiele familienbewusster Maßnahmen in Unternehmen und Institutionen zeigen, dass die Angebote nur dann von Nutzen sind, wenn die Beschäftigten sie kennen. So hat die Mercedes-Benz Bank, Stuttgart, festgestellt, dass immer wieder Werbung erforderlich ist, ansonsten gerät das Angebot vielleicht in Vergessenheit oder neue Einsteiger sind nicht informiert.



Leistungen des Kompetenzzentrums Beruf & Familie Baden-Württemberg

Mit dem Kompetenzzentrum bedient die Familienforschung im Auftrag des Ministeriums für Arbeit und Soziales den Kommunikationsbedarf der Unternehmen und Institutionen. Im Portal www.familienfreundlicher-betrieb.de werden Modelle interner Kommunikation präsentiert und mit der Präsentation von Praxisbeispielen und familienfreundlichen Betrieben gleichzeitig die externe Kommunikation unterstützt. Netzwerke werden durch Beratung und Moderation gefördert.

Zur familiengerechten Weiterentwicklung von Betrieben und Institutionen setzt das Kompetenzzentrum auf:

- Information und Beratung: Internet, Vorträge, Infostände, Weitergabe von Broschüren, vor Ort und am Telefon.
- Vernetzung: Vermittlung von Kontakten zu bestehenden Netzwerken und Förderung weiterer lokaler oder branchenspezifischer Zusammenschlüsse durch Moderations- und Beratungsleistungen.
- Modellentwicklung: gemeinsam mit Betrieben und Institutionen, insbesondere für den Non-Profit-Sektor und die Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Pflege bzw. Elder Care.

¹ Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2006, S. 10 ff.

Die Erfahrungen der Techniker Krankenkasse, Stuttgart, weisen darauf hin, dass sogar allein das Vorhandensein einer möglichen Notfallbetreuung von Kindern und Angehörigen eine Beruhigung für die Mitarbeiter sein kann, weil sie darauf vertrauen können, dass sie im Fall der Fälle Unterstützung finden.

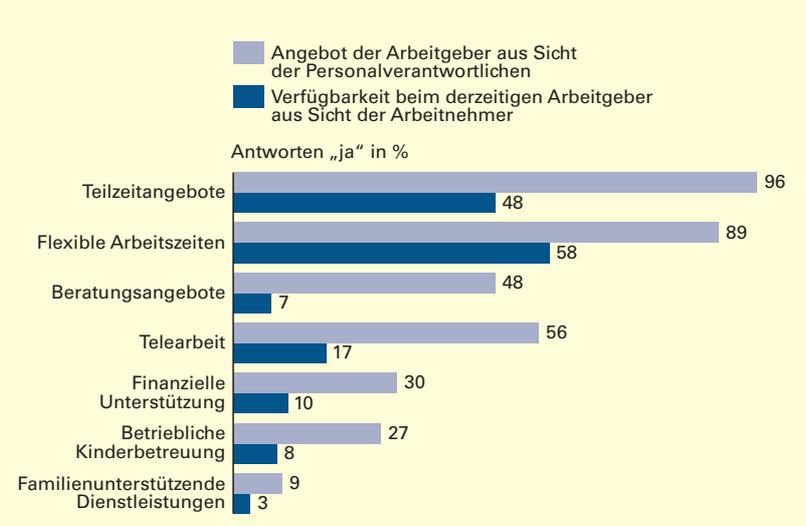
Die Wahrnehmung familienfreundlicher Angebote ist bei Unternehmensvertretern und Arbeitnehmern sehr unterschiedlich. So beschreiben zum Beispiel laut einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) 60 % der Arbeitgeber, dass sie neue Beschäftigte auf die Angebote hinweisen, aber nur 15 % der Arbeitnehmer geben an, dass sie bei ihrem Eintritt ins Unternehmen Informationen erhalten.² Auch in punkto Wahrnehmung konkreter Angebote gibt es deutliche Unterschiede (*Schaubild*). Bei vielen Angeboten beträgt der Prozentsatz derjenigen Arbeitnehmer, denen die Angebote bekannt sind, nur ein Drittel des Wertes für die Nennungen der Arbeitgeber. Nur für die Teilzeitangebote und die flexiblen Arbeitszeiten sind die Abstände geringer, betragen aber auch noch 50 % bzw. ein Drittel. Die Personalverantwortlichen unterschätzen möglicherweise auch die Bedeutung von Familienfreundlichkeit als Push- und Pullfaktoren für einen Arbeitgeberwechsel. So glauben nur 33 % der Personalverantwortlichen in kleinen Unternehmen und 40 % in allen anderen Unternehmen, dass für Mitarbeiter die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei der Wahl des Arbeitgebers eine mindestens ebenso wichtige Rolle wie das Gehalt spielt. Dagegen stimmen 54 % der Beschäftigten mit Kindern dieser Aussage uneingeschränkt und weitere 38 % teilweise zu.³

Unternehmen verschiedenster Größenklassen zeigen, wie es ihnen gelingt, mit unterschiedlichen Medien ihre verschiedenen Beschäftigtengruppen zu erreichen. Die Lösung kann wie bei der reca norm, Kupferzell – einem Unternehmen des Direktvertriebs mit verschiedenen Standorten und steigenden Mitarbeiterzahlen – in einer Mitarbeiterzeitschrift liegen oder wie bei der SAP, Walldorf, auch auf die besonderen Bedürfnisse von Beschäftigten, die aus dem Ausland nach Deutschland zuwandern, zugeschnitten sein. Ein anderes Beispiel: Bei der AFRISO-EUREO-INDEX GmbH wird den Beschäftigten in der Produktion zu Informationszwecken der Zugriff auf die Intra- und Internetseiten durch einen freizugänglichen PC in der Produktionshalle ermöglicht.⁴

Gelingt es nicht, bei den Beschäftigten einen guten Kenntnisstand über die Angebote zu

S

Angebot der Arbeitgeber versus Wahrnehmung des Angebots durch Arbeitnehmer



Datenquelle: BMFSFJ (2008), Familienfreundlichkeit als Erfolgsfaktor für die Rekrutierung und Bindung von Fachkräften, Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage bei Arbeitgebern und Beschäftigten, S. 9.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

825 08

erreichen, kann es sogar dazu kommen, dass Angebote aufgrund ihrer geringen Nutzung zurückgefahren werden. Das hätte zur Folge, dass Kosten als Fehlinvestitionen verbucht werden müssten, ein Imageschaden durch den Angebotsrückbau entstünde und das Thema familiengerechte Weiterentwicklung in Zukunft als gescheitert gelten könnte.⁵

Um Fach- und Führungskräfte wird noch selten mit familienfreundlichen Leistungen geworben

In der genannten Studie wurde außerdem festgestellt, dass Unternehmen „bislang Familienfreundlichkeit noch wenig oder gar nicht als Argument im Personalmarketing“ nutzen und zwar insbesondere dann nicht, wenn sie um erfahrene Fach- und Führungskräfte werben. Dementsprechend kritisch wird von der Studie die Ausrichtung des Personalmarketings auf Berufsanfänger gesehen, weil das Thema Familienfreundlichkeit beim Berufseinstieg aufgrund der Lebensphase von untergeordneter Bedeutung sei, ab dem nächsten Karriereschritt nach 2 bis 5 Jahren aber eine Bedeutungszunahme zu erwarten wäre.⁶

Eine mangelnde Positionierung als familienfreundlicher Betrieb nach außen, also gegenüber potenziellen Bewerbern oder Kunden, kann konträr zu den tatsächlichen Bedingungen stehen. Oft deshalb, weil sie selbstverständlich erscheinen und nicht hinterfragt werden, weil

2 Vgl. BMFSFJ (2008), Familienfreundlichkeit als Erfolgsfaktor für die Rekrutierung und Bindung von Fachkräften. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Arbeitgebern und Beschäftigten, S. 9 (Zitierweise: BMFSFJ, Familienfreundlichkeit).

3 Vgl. BMFSFJ, Familienfreundlichkeit, S. 6.

4 Nachzulesen sind die Informationsangebote dieser Betriebe unter www.familienfreundlicher-betrieb.de/FFBetr/Praxisbeispiele/betBetriebe.asp

5 Vgl. BMFSFJ, Familienfreundlichkeit, S. 8.

6 Vgl. BMFSFJ, Familienfreundlichkeit, S. 4.

der Betrieb geprägt ist durch ein gutes Betriebsklima, hohe Kontaktdichte und die Berücksichtigung individueller Bedingungen. Umso wichtiger ist es, gute Beispiele wie die der Unternehmen TERRAPLAN und MORE services bekannt zu machen (zum Beispiel im Portal www.familienfreundlicher-betrieb.de) (*i-Punkt*). Beide Betriebe zeigen in kleinsten Teams mit weniger als 10 Beschäftigten das Zusammenspiel von einem guten Betriebsklima, intensivem Austausch, individuellen Lösungen und einem Zugewinn an Flexibilität, die für die jeweilige Arbeit existenziell ist.

In diesem Punkt schöpfen Unternehmen und Institutionen, die ihre Angebote nicht kommunizieren ihr Potenzial nicht aus. Möglicherweise geschieht dies, weil sie wie 45 % der Arbeitgeber kleiner und mittlerer Unternehmen befürchten, mit einer Familienorientierung „geringer motivierte und eher am Privatleben orientierte“ Mitarbeiter anzuziehen.⁷ In einer Paneluntersuchung (2005/06 und 2006/07) von 61 Unternehmen, die sich vom audit berufundfamilie zertifizieren ließen, konnten gut 43 % im Zeitverlauf feststellen, dass es ihnen damit leichter gelingt, Personal zu rekrutieren.⁸ Beispiele für gezielte Personalgewinnung: FAHRION Engineering wirbt speziell um Techniker und Ingenieure im Alter bis zu 65 Jahren und die Südwürttembergischen Zentren für Psychiatrie stellen bei Stellenausschreibungen für Assistenz- und Fachärzte unter anderem die familienbewusste Personalpolitik in den Kliniken heraus. Die Situation

des einzelnen Mitarbeiters im Bewerbungsgespräch zu besprechen und die Rahmenbedingungen abzusprechen, ist nach Inkrafttreten des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes nur zulässig, wenn der Bewerber selber dieses Thema anspricht. Laut der Studie der Gesellschaft für Konsumforschung haben aber Bewerber nicht selten große Bedenken, dieses Thema anzusprechen. Der Aussage „Wenn ich mich in einer Bewerbungssituation nach familienfreundlichen Angeboten erkundige, verringert dies meine Chancen, eine Stelle zu bekommen“ stimmten Befragte mit Kindern unter 18 Jahren zu 26 % voll und zu 48 % zum Teil zu.

Letztendlich unterstreicht dies die Wichtigkeit, dass Arbeitgeber familienfreundliche Bedingungen zu einem Bestandteil ihrer Unternehmenskultur machen, ihre Mitarbeiter, insbesondere die Führungskräfte, dafür sensibilisieren und die Angebote bedarfsgerecht entwickeln. Sie können zumindest zum jetzigen Zeitpunkt nicht immer erwarten, dass die Beschäftigten vorausschauend im Bewerbungsgespräch ihre Bedürfnisse mit Blick auf ihre Familiensituation artikulieren. Aber sie können ein solches Herangehen unterstützen, indem sie in Stellenausschreibungen auf ihre grundsätzliche Einstellung zur Familienfreundlichkeit verweisen.

Kooperationen unterstützen die Weiterentwicklung der Familienfreundlichkeit

Netzwerke für Unternehmensvertreter stärken die Kommunikationsbeziehungen zwischen Betrieben und Institutionen – und zwar auch über Betriebs- und Branchenzugehörigkeit hinweg. Diese werden in Baden-Württemberg unter anderem von der Familienforschung mit ihren Beratungs- und Moderationsleistungen unterstützt. Die Familienforschung führt im Rahmen des Kompetenzzentrums Beruf & Familie hierzu „Werkstätten“ durch. Die bisher durchgeführten Veranstaltungen haben gezeigt, dass der lokale Erfahrungsaustausch einen wichtigen Zugewinn bedeutet, weil sich der Kenntnisstand über die örtlichen Angebote und Bedarfe erweitert und dieses Wissen zur Grundlage für gemeinsame Projekte werden kann. Die Unternehmen können in Kooperation Themen bearbeiten, deren Umfang für das einzelne Unternehmen nicht tragbar wäre.

Kooperationen können insbesondere auch für Problemfelder von Interesse sein, für die bisher deutlich weniger Lösungsmodelle vorliegen. Neben den bereits „etablierten“ Themen wie Arbeitszeitmodelle oder Kinderbetreuung gibt es Bereiche für die modellhaft erst Instrumente entwickelt werden müssen. Das ist zum Beispiel



Internetportal www.familienfreundlicher-betrieb.de

Das Internetportal ist die zentrale Homepage des Kompetenzzentrums Beruf & Familie Baden-Württemberg. Im Juli 2008 haben die Ministerin für Arbeit und Soziales *Dr. Stolz* und *Dr. Brenner*, die Präsidentin des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, den offiziellen Startschuss für das Internetportal gegeben. Es gibt einen Einblick in die vielfältige Praxis der Familienfreundlichkeit in baden-württembergischen Unternehmen. Betriebe erhalten die Möglichkeit ihre eigene familienbewusste Personalpolitik vorzustellen.

Die Homepage ermöglicht Recherchen zu

- Best Practice,
- Experten,
- Arbeitshilfen und
- Veranstaltungen.

⁷ Vgl. BMFSFJ, Familienfreundlichkeit, S. 11.

⁸ Vgl. Forschungszentrum Familienbewusste Personalpolitik (o.J.), Erfolge familienbewusster Personalpolitik im Zeitverlauf Thesenpapier, S. 7.

der Fall, wenn das Augenmerk nicht länger nur auf die Lebensphase mit Kindern gerichtet wird, sondern zunehmend die Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Pflegeaufgaben ins Blickfeld gerät. Daneben sind Lösungsansätze für besondere betriebliche Rahmenbedingungen wie die Arbeit im Schichtdienst gefragt. Die Vereinbarkeit wurde in der Vergangenheit in engem Zusammenhang mit dem Fachkräftebedarf und der Erwerbsbeteiligung von hoch qualifizierten Frauen diskutiert. Das Blickfeld wird im Zuge der Verbreiterung des Fachkräftemangels aber auch auf andere Berufsfelder und ihre beson-

deren Bedingungen gerichtet. Arbeitsbereiche wie Krankenhäuser und Pflegeheime, der Einzelhandel aber auch die öffentliche Verwaltung, in denen Frauen stark repräsentiert sind, bieten sehr unterschiedliche Ausgangsbedingungen für eine gelingende Vereinbarkeit von Beruf und Familienaufgaben. Im Zuge der Ausweitung der Diskussion werden auch Männer gezielt zu Adressaten familiengerechter Lösungen.⁹ ■

Weitere Auskünfte erteilt
Eva Schulte, Telefon 0711/641-24 65,
Eva.Schulte@stala.bwl.de

⁹ Vgl. Die Ergebnisse der Tagung „Wie wird Deutschland familienfreundlicher?“ Ideen und Ansatzpunkte aus dem Workshop „Väterfreundliche Maßnahmen im Unternehmen“ erschienen unter www.familienfreundliche-kommune.de als „Aktuelle Meldung“ am 7. Dezember 2007.

kurz notiert ...

Landkreis Tübingen mit höchstem Geburtenplus in Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg ist die Zahl der Geborenen im 1. Halbjahr 2008 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Landesamtes gegenüber dem 1. Halbjahr 2007 um 359 auf 42 689 gestiegen. Gleichzeitig hat sich die Zahl der Sterbefälle um 2 468 auf 49 111 erhöht. Das bedeutet, dass wie bereits in den Jahren 2006 und 2007 auch im 1. Halbjahr 2008 mehr Menschen gestorben sind als geboren wurden.

Lediglich in 6 der 44 Stadt- und Landkreise des Landes konnte ein Geburtenplus verzeichnet werden. Den höchsten Geburtenüberschuss erzielte im 1. Halbjahr 2008 der Landkreis Tübingen (+ 125), gefolgt von den Landkreisen Böblingen (+ 109) und Ludwigsburg (+ 103). Als einziger der 9 Stadtkreise im Land weist auch Freiburg im Breisgau geringfügig mehr Geburten als Sterbefälle auf (+ 33).

„Bildung: Integration von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund“

Dritter Kurzreport *Familien in Baden-Württemberg* erschienen

Obwohl eine gute Bildung heute wichtiger ist denn je, sind Kinder und Jugendliche aus Familien mit Migrationshintergrund nach wie vor schlechter ins Bildungssystem integriert als gleichaltrige Deutsche.

Junge Menschen mit Migrationshintergrund besuchen seltener höher qualifizierende Schulen und erwerben häufiger niedrigere oder keine Bildungsabschlüsse als gleichaltrige Deutsche ohne Migrationshintergrund. Dies spiegelt sich auch im Bildungsstand der 25- bis unter

35-jährigen Migrantinnen und Migranten wider: Von den in Baden-Württemberg lebenden Menschen mit Migrationshintergrund in dieser Altersgruppe hat fast die Hälfte keinen Schulabschluss oder nur einen Hauptschulabschluss; von den Deutschen ohne Migrationshintergrund betrifft dies etwa ein Fünftel. Über die (Fach-)Hochschulreife hingegen verfügen 41 % der deutschen 25- bis unter 35-Jährigen ohne Migrationshintergrund und insgesamt 29 % der Migrantinnen und Migranten dieser Altersgruppe.

Diese und weitere Informationen zur Bildungsintegration junger Migrantinnen und Migranten in Baden-Württemberg, Deutschland und Europa finden Sie in der soeben erschienenen dritten Ausgabe des Kurzreports „Familien in Baden-Württemberg“, der aktuelle Daten zum Thema Bildungsintegration auswertet. Erstmals kann hierbei nicht nur die Bildungsbeteiligung von ausländischen Kindern und Jugendlichen in Baden-Württemberg in den Blick genommen werden, sondern auch die der deutlich größeren Gruppe der Migrantinnen und Migranten.

Der Report wird quartalsweise von der Familienforschung Baden-Württemberg im Auftrag des Ministeriums für Arbeit und Soziales erstellt und kann über die Internetseiten der Familienforschung Baden-Württemberg kostenlos abonniert oder heruntergeladen werden (www.faf0-bw.de). Darüber hinaus steht auch eine Langfassung zur Verfügung. Beide Formate stehen auch auf den Internetseiten des Ministeriums für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg zum Herunterladen bereit unter www.sozialministerium-bw.de. Die nächste Ausgabe befasst sich mit dem Thema „Ökonomische Lage von Familien.“ ■

