

„Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Mülheimer Unternehmen“

Mülheim an der Ruhr, August 2011





Inhaltsverzeichnis

1. Aktueller Diskurs in Politik und Öffentlichkeit	3
2. Zielsetzung der Studie	4
3. Aufbau der Studie	5
4. Daten und Auswertung der Studie	6
4.1 Unternehmens- und Führungskultur	
Der Ansprechpartner	7
Öffentliche Wahrnehmung	8
Selbsteinschätzung	9
4.2 Arbeitszeit- und Arbeitsortflexibilität	
Kurzfristige Absprachen	10
Teilzeit	11
Arbeitszeitmodelle	12
4.3 Familienunterstützende Maßnahmen	
Tagesmütter und Ferienbetreuung	13
Urlaubsplanung	14
Pflegefälle	15
4.4 Elternzeit	
Systematische Planung	16
Patenprogramm	17
„Väterzeit“	18
5. Fazit	19
6. Kontakt	20

1. Aktueller Diskurs in Politik und Öffentlichkeit

Die Thematik der Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in den letzten Jahren immer mehr in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung geraten. In Politik und Medien ist Familienfreundlichkeit als Inhalt omnipräsent. Das „Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend“ (kurz: BMFSFJ) hat in den letzten Jahren beispielsweise zahlreiche Studien aus verschiedensten Blickwinkeln zum Thema beigetragen. Neben dem offensichtlichen Nutzen einer zufriedenen Belegschaft sowie einer positiven Außenwahrnehmung geht aus diesen ebenfalls hervor, dass es nicht zuletzt auch einen wirtschaftlichen Vorteil hat, ein Unternehmen familienfreundlich aufzustellen.

Familienfreundlichkeit ist in Unternehmen als Thema erkannt

Um die oben stehende These zu veranschaulichen, ist die Wiedereingliederung von Arbeitnehmern nach der Elternzeit ein gutes Beispiel. Je länger die Elternzeit dauert, desto höher sind die Wiedereingliederungskosten. Entscheidet sich ein Mitarbeiter nach der Elternzeit, dem Unternehmen gänzlich den Rücken zu kehren, entstehen hohe Kosten bei der Einstellung und der Qualifikation von Ersatzpersonal.

Familienfreundlichkeit ist ein finanzieller Hebel

Aus dem „Monitor Familienleben 2010“ des Instituts für Demoskopie Allensbach geht hervor: 60 % der Eltern mit Kindern unter 18 Jahren haben den Eindruck, dass Familie und Beruf in Deutschland gut miteinander zu verbinden sind – bleiben 40 %, die anders empfinden. Die Ansprüche, die Situation weiter zu verbessern, werden hier gleichermaßen an den Staat und eben auch den Arbeitgeber gestellt. Zentrale Anforderungen sind nach wie vor die flexible Gestaltung der Arbeitszeit, Betreuungsangebote für Kinder und laut des Instituts immer mehr auch die Unterstützung für Arbeitnehmer mit einem Pflegefall in der Familie.

Die Anforderungen der Arbeitnehmer sind hoch

Ist ein Unternehmen in Zeiten des Fachkräftemangels in punkto Familienfreundlichkeit gut positioniert, hat es bei der Wahl des Arbeitgebers deutlich bessere Chancen als die Konkurrenz.



2. Zielsetzung der Studie

Entwicklung seit der letzten Studie 2007

Die Studie verfolgt mehrere Ziele: Zum einen hat Q:marketing zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf bereits 2007 eine Erhebung durchgeführt. Bei der neuerlichen Studie soll dementsprechend eine Entwicklung in dem bis dato zurückliegenden Zeitraum aufgezeigt werden. Haben positive Veränderungen stattgefunden oder kommt es an der einen oder anderen Stelle zu negativen Ausschlägen? Weiter wird versucht, Mülheim im bundesweiten Vergleich zu beleuchten, wobei natürlich Rücksicht auf die klein- bis mittelständische Struktur der vor Ort befragten Unternehmen Rücksicht genommen wird. Darüber hinaus steht auch der ganz lokale Bezug im Fokus.

Handlungsfelder vor Ort

Handlungsfelder in der Ruhrstadt aufzudecken, und diese klar zu benennen, ist zentraler Aspekt der Studie. Wie ist Mülheim am Arbeitgebermarkt positioniert? Auch jeder einzelne Unternehmer soll anhand der Studie ablesen können, wie er ganz persönlich mit seinem Betrieb aufgestellt ist. Aufgrund der vorgenommenen Durchsicht anderer Studien ist ein Fragebogen mit den Kernthematiken entstanden, der den Fokus auf die nützlichsten, aber auch realisierbarsten Handlungsfelder wirft. Unabhängig von Größe und Struktur des Unternehmens ist ein klarer und praxistauglicher Handlungsbezug ein weiteres Ziel.

3. Aufbau der Studie

Bei der Erstellung des Fragebogens hat sich Q:marketing an den aktuellsten und relevantesten Studien der letzten Jahre orientiert. Ergebnis ist eine Struktur, die sich in vier Teilgebiete gliedert. Nach den allgemeinen Angaben zum Unternehmen beschäftigt sich der erste Abschnitt mit der **Unternehmens- und Führungskultur**. Die Thematik der Kommunikation inner- und außerhalb der Unternehmen ist Kern der Untersuchung. Das zweite Teilstück beschäftigt sich mit der **Arbeitszeit- und Arbeitsortflexibilität** – nach wie vor die wohl wichtigste Komponente zum Thema Familienfreundlichkeit. Segment drei beleuchtet **Familien unterstützende Maßnahmen** für Familien mit Kind und Familien mit Pflegefall. Hier wird nicht lediglich nach dem bloßen Vorhandensein von Maßnahmen gefragt, sondern auch nach dem entsprechenden Bedarf für diese Maßnahme. So wird gewährleistet, dass ein Kleinbetrieb mit einer Belegschaft von zehn Mitarbeitern nicht als familienunfreundlich gilt, nur weil er keinen eigenen Betriebskindergarten vorweisen kann, zu dem kein Bedarf besteht. Der vierte und letzte Teil umfasst das Feld der **Elternzeit**. Das Betreuungsverhalten vor, während und nach der Elternzeit ist inhaltliches Zentrum des Abschnittes.

Themenfelder sind klar strukturiert und von hoher Relevanz

Die jetzige Studie unterscheidet sich in einigen Punkten und im Detail von der von 2007. Im Kern ist aber ein hoher Grad an Parallelen gegeben, um eine Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Die Unterschiede liegen zum einen in der veränderten Strukturierung der Fragen. Diese wurde vorgenommen, um einen klaren roten Faden innerhalb des Fragebogens zu erzielen. Die Thematik Elternzeit hat zum Beispiel einen eigenen Bereich bekommen, um ihrer hohen Bedeutung nachzukommen. Zum anderen sind einige weniger relevante Fragen entfallen, um Platz für aktuellere zu machen. Die Frage nach Maßnahmen für Familien mit Pflegefall ist bundesweit in den Fokus geraten. Kommunikation, Elternzeit für Väter und spezielle Maßnahmen zur reibungslosen Integration von Mitarbeitern nach der Elternzeit sind von hoher Wichtigkeit und im Unterschied zu 2007 stärker berücksichtigt worden.

Es bestehen Unterschiede zur Studie von 2007

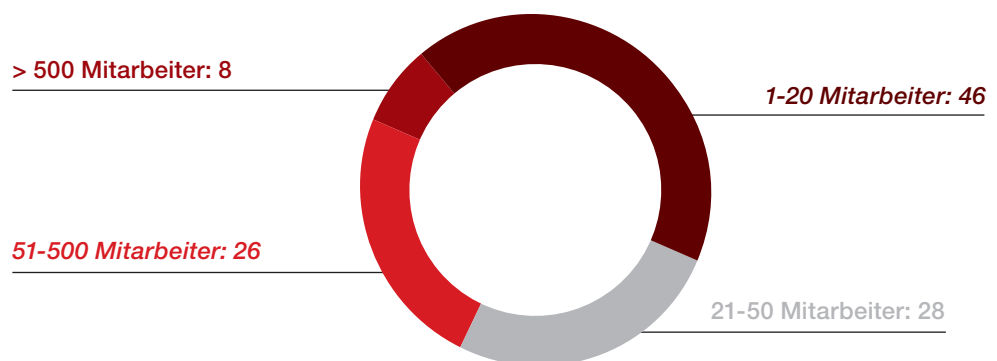
4. Daten und Auswertung der Studie

Befragung mit validem Ergebnis

Insgesamt wurden 602 Unternehmen angesprochen, sie konnten postalisch oder online an der Studie teilnehmen. 108 der angeschriebenen Firmen haben an der Evaluation teilgenommen, was einer Rücklaufquote von ca. 18 % entspricht.

Auf Basis der Daten über Branchen- und Größenstruktur der Mülheimer Unternehmen wurde die Befragung so durchgeführt, dass eine hohe Übereinstimmung mit dieser Struktur gewährleistet werden konnte. Die Studie berücksichtigt also die in Mülheim vorhandene Unternehmensstruktur. Die Stichprobe ist damit hinreichend valide, insbesondere unter der Prämisse der angestrebten Befragungsziele.

Mitarbeiterzahlen der befragten Unternehmen:



4.1 Unternehmens- und Führungskultur

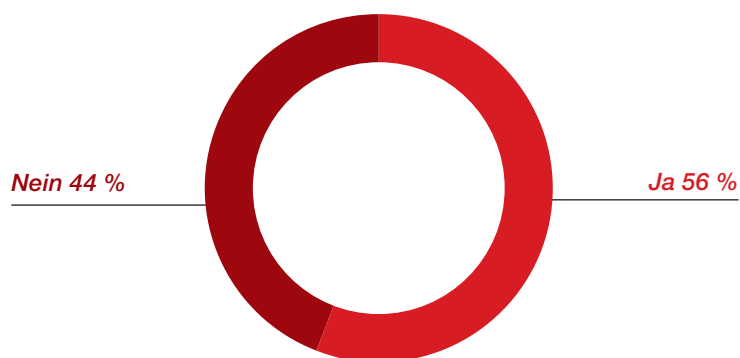
Der Ansprechpartner

Kommunikation in Bezug auf das Thema der Familienfreundlichkeit ist ein in den letzten Jahren immer größer gewordener Faktor der Materie. Einen für alle Mitarbeiter bekannten Ansprechpartner rund um familiäre Fragen zu haben, ist ebenso hilfreich wie notwendig.

Es gibt immer mehr Ansprechpartner

Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen einen Ansprechpartner in Sachen „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“?

Ergebnis:



Bei der letztmaligen Befragung 2007 hatten noch zwei Drittel aller Unternehmen diese Frage negiert. Ein klar positiver Trend ist hier also zu erkennen.

Klare Steigerung zu 2007

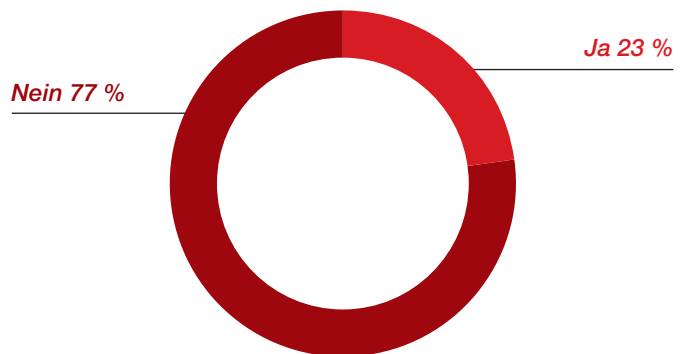
Öffentliche Wahrnehmung

Die Kommunikation nach außen ist verbesserungswürdig

Zur guten Positionierung am Arbeitgebermarkt ist eine offensive Kommunikation gegenüber der Öffentlichkeit ein gutes Mittel. Beispielsweise in Stellenanzeigen oder Presse auf die Familienfreundlichkeit des eigenen Unternehmens hinzuweisen, kann hier probate Methode sein. Mit ca. 20 % der Mülheimer Unternehmen, die dies tun, ist noch viel Potenzial vorhanden.

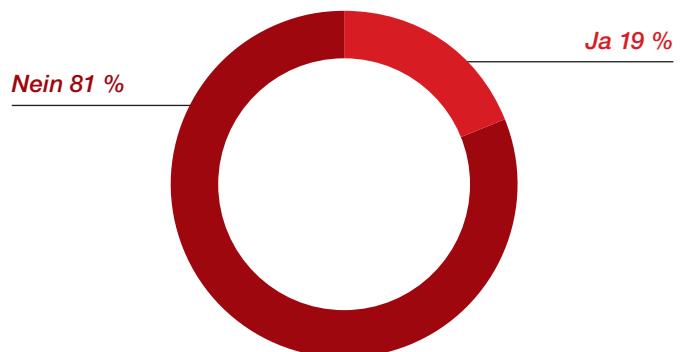
Frage: Wird auf familienfreundliche Maßnahmen in Ihrem Unternehmen in Stellenangeboten, im Internet und/oder Einstellungsgesprächen explizit verwiesen?

Ergebnis:



Frage: Werden familienfreundliche Maßnahmen in der Außendarstellung Ihres Unternehmens (z.B. in der Presse) kommuniziert?

Ergebnis:



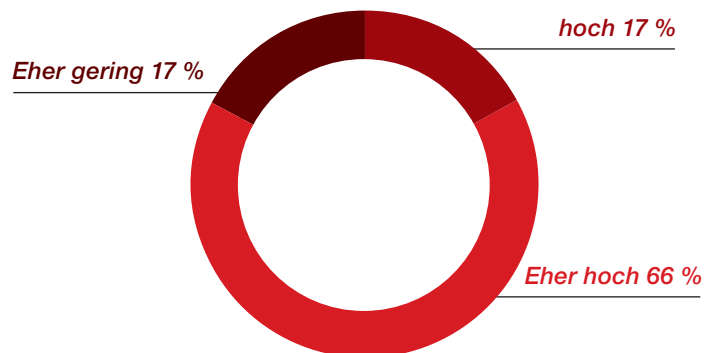
Selbsteinschätzung

Ein über 80 prozentiger Teil der Unternehmen stufen die Familienfreundlichkeit in ihrem Betrieb als „eher hoch“ bis „hoch“ ein. Wobei nur 17 % davon mit „hoch“ die oberste Kategorie für sich beanspruchten. Bei der größtenteils positiven Selbsteinschätzung gibt es also laut eigener Angabe bei 83 % aller Befragten trotzdem Verbesserungspotenzial.

**Mülheimer Unternehmen
sehen sich größtenteils gut
aufgestellt**

Frage: Wie schätzen Sie die Familienfreundlichkeit Ihres Unternehmens ein?

Ergebnis:



4.2 Arbeitszeit- und Arbeitsortflexibilität

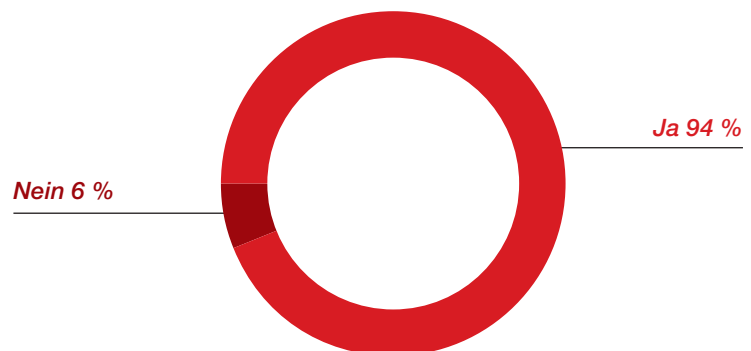
Kurzfristige Absprachen

So gut wie alle Arbeitgeber sind spontan

Bei einer kurzfristigen Erkrankung des Kindes ist es für Arbeitnehmer eklatant wichtig, spontan die Arbeitszeit flexibel zu gestalten. Bis auf wenige Ausnahmen, sind hier fast alle befragten Unternehmen zu einer spontanen Regelung bereit. Schon 2007 waren dies 85 % der Unternehmer, und doch steigerte sich dieser Wert noch einmal um 9 %.

Frage: Besteht in Ihrem Unternehmen grundsätzlich die Möglichkeit, die Arbeitszeit (auch kurzfristig) flexibel zu gestalten?

Ergebnis:



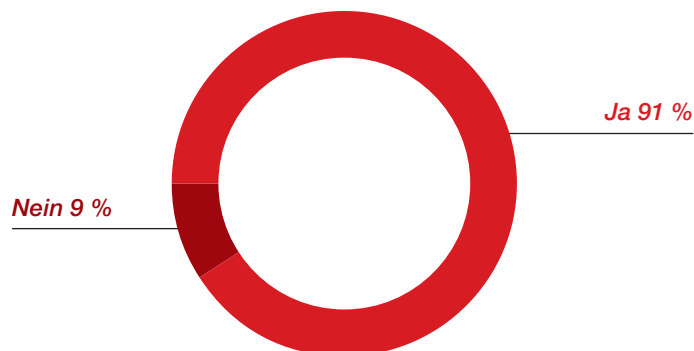
Teilzeit

Um Familie und Beruf in Einklang zu bringen, ist die Teilzeit heutzutage unabdingbar. Mütter und Väter, die Ihre Kinder halbtags betreuen müssen, könnten ohne halbe Arbeitstage ihrem Beruf nicht mehr nachgehen oder müssten eine Grundsatzentscheidung zwischen Arbeit und Haushalt fällen. Mülheimer Unternehmen bieten zu über 90 % die Chance, dies nicht tun zu müssen.

**Teilzeit: Normalität in
Mülheimer Unternehmen**

Frage: Bieten Sie in Ihrem Unternehmen Teilzeit an?

Ergebnis:



War 2007 80 % schon ein auffallend guter Wert, bedeutet das Ergebnis eine weitere Verbesserung von 11 %.

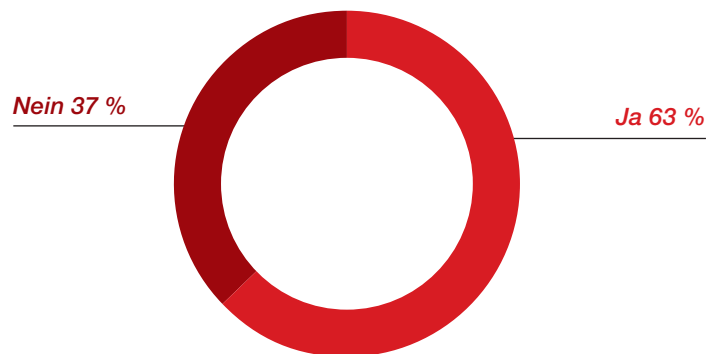
Arbeitszeitmodelle

Mehr Rücksicht auf individuelle Bedürfnisse

Das bloße Angebot von Arbeitszeitmodellen ist dem gegenüber von 2007 exakt gleich geblieben. Wohingegen die Form der individuell vereinbarten Arbeitszeiten um 15 Prozent angestiegen ist. Ein noch höherer Grad an Individualisierung und Rücksichtnahme auf einzelne Wünsche und Bedürfnisse ist erkennbar. Die Gleitzeit ist 2007 noch eher den Großunternehmen als Modell zugeschrieben worden, wohingegen diese jetzt bei über 60 Prozent aller Unternehmen angeboten wird. Insgesamt ist das Angebot der verschiedenen Modelle recht dicht und im Ganzen größer geworden.

Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen Arbeitszeitmodelle?

Ergebnis:



Frage: Wenn ja, welche?

Ergebnis:



4.3 Familienunterstützende Maßnahmen

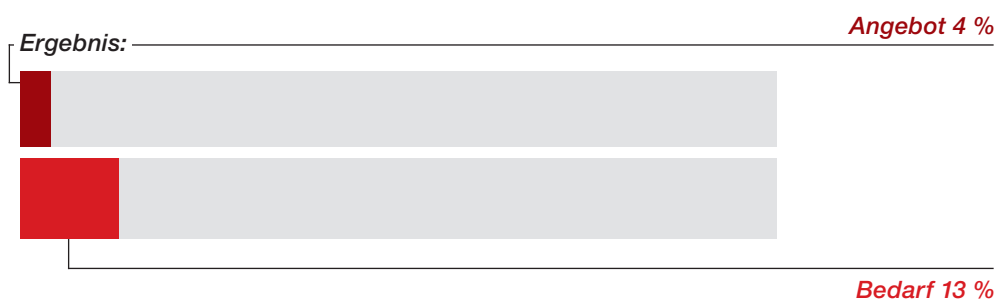
Tagesmütter und Ferienbetreuung

An dieser Stelle der Studie wird das Angebot von Familien unterstützenden Maßnahmen für Familien mit Kindern bzw. Familien mit Pflegefällen erfragt. Jedoch wird ebenso der Bedarf der Mitarbeiter bezüglich dieser Maßnahmen erfasst. Durchweg haben die Mülheimer Unternehmen hier sehr gut abgeschnitten. An nur wenigen Stellen ist der Bedarf höher als das Angebot, und dort meistens von verschwindend geringem Ausmaß.

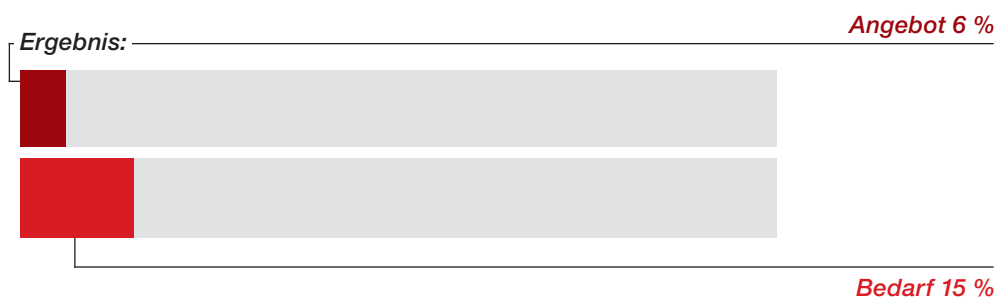
Nur an wenigen Stellen negative Diskrepanzen zwischen Bedarf und Angebot

Einzig bei der Vermittlung von Tagesmüttern und dem Angebot von Ferienbetreuung geht die Schere mit 9 Prozentpunkten Differenz etwas weiter auseinander.

Maßnahme: Vermittlung von Tagesmüttern



Maßnahme: Ferienbetreuung für Mitarbeiterkinder



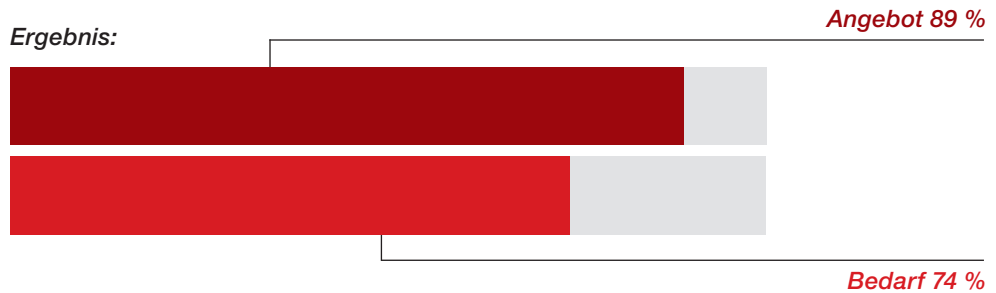


Urlaubsplanung

Toleranz bei Urlaubsplanung ging leicht zurück

Bereits 2007 wurde nach der Rücksichtnahme auf familiäre Wünsche bei der Urlaubsplanung gefragt. Mit 99,15 % waren damals fast alle Unternehmen bereit, auf die Wünsche ihrer Angestellten einzugehen. Bei der diesjährigen Studie ging diese Zahl um 10 Prozent auf 89 Prozent zurück, liegt aber in Bezug auf den Bedarf (74 Prozent) immer noch mehr als im grünen Bereich.

Maßnahme: Rücksicht auf Familienbedürfnisse bei der Urlaubsplanung



Pflegefälle

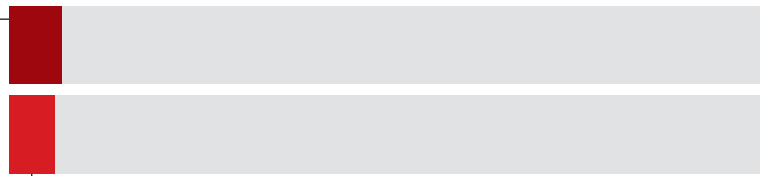
Mülheimer Unternehmen mit Topwerten

Im Vergleich zur der 2007 durchgeführten Befragung ist dieser Teilbereich der Studie gänzlich neu und laut vieler Studien des BMFSFJ immer wichtiger. Familienfreundlichkeit heißt nicht nur die Bedürfnisse der Familien mit Kindern im Auge zu haben, sondern auch Familien mit Pflegeaufgaben unterstützend entgegen zu kommen. Bei fast allen erfragten Maßnahmen liegt hier das Angebot weit über dem Bedarf. Ein über 20 prozentiger Unterschied ist bei drei von vier Maßnahmen zu verzeichnen.

Maßnahme: Vermittlung von Altenpflegediensten

Angebot 7 %

Ergebnis:



Bedarf 6 %

Maßnahme: „Teilzeit auf Zeit“ für Mitarbeiter, mit vorübergehender Pflegeaufgabe

Angebot 43 %

Ergebnis:



Bedarf 20 %

Maßnahme: Sonderurlaub für Pflegeaufgaben

Angebot 46 %

Ergebnis:

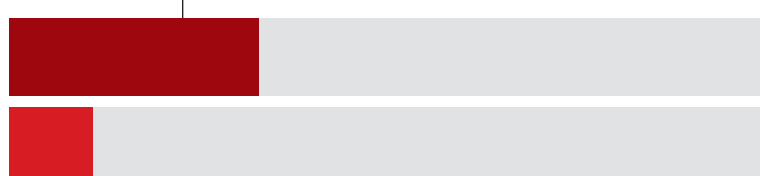


Bedarf 19 %

Maßnahme: Freistellung (mehrmonatiger unbezahlter Urlaub) für Pflegeaufgaben

Angebot 33 %

Ergebnis:



Bedarf 11 %

4.4 Elternzeit

Systematische Planung

Wichtiges Feld mit finanziellem Nutzen

Um Mitarbeiter, die in die Elternzeit entlassen werden, weiter an den Betrieb zu binden, sollten alle zur Verfügung stehenden Maßnahmen ergriffen werden. Eine Betreuung, die mit der Bekanntgabe, dass Nachwuchs unterwegs ist, anfängt, sollte bis zur Wiedereingliederung des Mitarbeiters durchgehend andauern. Angefangen von der Planung jeder einzelnen Phase (vor, während, nach der Elternzeit), bis zu einfachen Kontakthaltemaßnahmen in der Elternzeit, lohnt es sich für den Arbeitgeber nicht zuletzt finanziell.

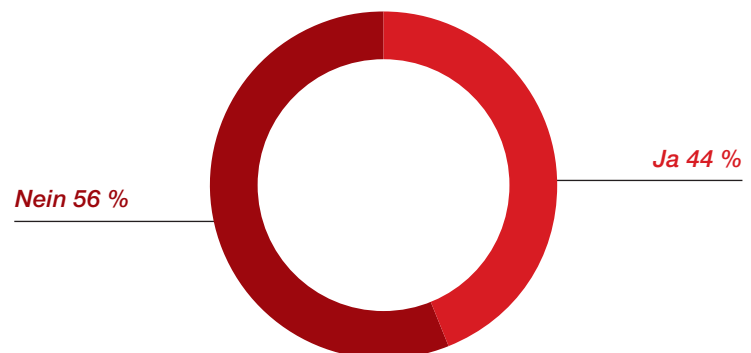
Von 108 teilnehmenden Unternehmen haben 34 angegeben, jeden Mitarbeiter nach der Elternzeit zurückzugewinnen. Weitere 18 geben an, dass zwischen 50 und 90 Prozent der Elternzeitler die Arbeit wieder aufnehmen. Bleibt die Hälfte, die entweder unter 50 Prozent liegt oder keine Angaben gemacht hat.

Systematische Planung noch unter 50 Prozent

Alles rund um die Elternzeit frühzeitig zu planen, gibt dem Arbeitnehmer Sicherheit und Vertrauen. Mülheimer Unternehmen tun dies zu knapp 50 Prozent – Potenzial nach oben ist also vorhanden.

Frage: Finden in Ihrem Unternehmen Gespräche zur systematischen Planung der Elternzeit statt?

Ergebnis:



Patenprogramm

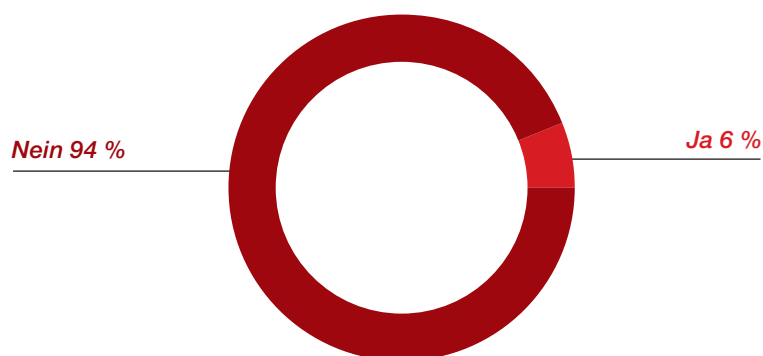
Jedem Mitarbeiter in Elternzeit einen sogenannten Paten an die Seite zu stellen, ist eine neue Möglichkeit die Elternzeitler um einem auf dem Laufenden zu halten, zum anderen sicher zu stellen, dass die Identifikation mit dem Betrieb bestehen bleibt. Einen Ansprechpartner, z. B. in der eigenen Abteilung zu haben, nimmt die Hemmschwelle von Zeit zu Zeit anzurufen und stellt in umgekehrter Richtung sicher, dass der Elternzeitler nicht „vergessen“ wird.

Bundesweit geben 27 Prozent der Unternehmen an, mit Patenprogrammen zu operieren – lediglich 6 Prozent in Mülheim. Eine Maßnahme, die eigentlich leicht umzusetzen und auch in klein- und mittelständischen Betrieben zu ermöglichen ist.

Neue Maßnahme noch nicht in Mülheim angekommen

Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen ein „Patenprogramm“, das jedem Mitarbeiter in Elternzeit einen ausgewählten Kollegen als Paten zur Seite stellt?

Ergebnis:





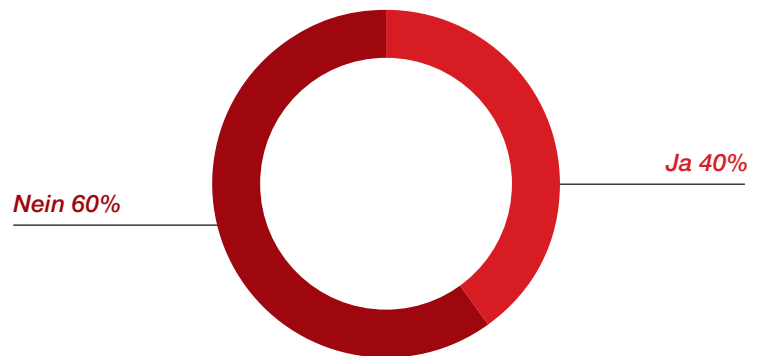
„Väterzeit“

**Mülheim weit über
bundesweitem Schnitt**

Nach wie vor ist der Schritt in Elternzeit zu gehen für Männer oftmals eine schwierigere Entscheidung als für Frauen. Ängste um den Arbeitsplatz und/oder die Karriere sind für Männer Hinderungsgrund von ihrem Recht auf die Zeit zu Hause Gebrauch zu machen. Eine klare Positionierung des Arbeitgebers zum Thema kann helfen, diese Ängste zu mindern. Deutschlandweit ermuntern 16 Prozent der Unternehmen ihre Mitarbeiter zu diesem Schritt. Demgegenüber ist Mülheim mit 40 Prozent auf einem weitaus besseren Weg bei dieser Thematik.

Frage: Ermuntern Sie in Ihrem Unternehmen auch Väter ohne Bedenken in die Elternzeit zu gehen?

Ergebnis:



5. Fazit

Bei der Analyse der Studie wird deutlich, dass die befragten Unternehmen einen im Schnitt positiven Eindruck hinterlassen. Familie und Beruf in Einklang zu bringen, ist ein Aufgabefeld, das erkannt und von allen Unternehmen bearbeitet wird. Bei dem Bereich der familienfreundlichen Maßnahmen fällt auf, dass obwohl das Angebot vielfach gering ist – was erfahrungsgemäß der Größenstruktur der Mülheimer Unternehmenslandschaft geschuldet ist – der Bedarf dennoch größtenteils gedeckt ist.

Mülheimer Unternehmen sind insgesamt familienfreundlich

Auffällig ist weiter, dass besonders in Kernthemen eine klare Verbesserung gegenüber 2007 erzielt werden konnte, wohingegen Rückschritte nur marginal zu erkennen sind. Bezüglich Ansprechpartner, kurzfristiger Arbeitszeit- und Arbeitsortflexibilität, Angebot von Teilzeit und Vielfalt von Arbeitszeitmodellen (alles Kernelemente) wurden die Zahlen verbessert.

Steigender Trend seit 2007

Die Thematik der Kommunikation bleibt aber ein noch zu bearbeitendes Handlungsfeld. Nur rund 20 Prozent der Betriebe in Mülheim kümmern sich aktiv um ihr Bild in der öffentlichen Wahrnehmung. Laut den „Informationen für Personalverantwortliche“ (2009) des BMFSFJ ist „Deutschlands Wirtschaft in den letzten Jahren nachweisbar familienfreundlicher geworden. [...] Bei vielen Beschäftigten und in der breiten Bevölkerung kommt das Engagement der Unternehmen jedoch nicht an, da gerade viele kleine und mittlere Betriebe zögern, ihre familienbewusste Personalpolitik auch offen zu kommunizieren und somit für sich zu nutzen.“ Hier steckt also noch viel Potenzial.

Kommunikation – ein bundesweites Problem

Neben der zu verbessernden Kommunikation gibt es aber auch weiterhin Möglichkeiten, Familie und Beruf von Seiten des Arbeitgebers noch besser in Einklang zu bringen. Viele Maßnahmen, die die Elternzeit betreffen, werden von 40 bis 60 Prozent der Arbeitgeber genutzt. Je mehr man sich um die Mitarbeiter in Elternzeit kümmert, desto höher ist die Rückgewinnungsquote – ein finanzieller Nutzen, der damit einher geht und den jeder Arbeitgeber selber beeinflussen kann.

Handlungsfelder weiter vorhanden

Als Ansprechpartner zu dieser Studie steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Hanns-Peter Windfeder
Vorstand Beratung
Q:marketing Aktiengesellschaft
Düsseldorfer Straße 193
45481 Mülheim an der Ruhr
Telefon: (0208) 30 15 101
Telefax: (0208) 30 15 555
eMail: windfeder@Qmarketing.de