

Ergebnisse einer repräsentativen Unternehmensbefragung
Wie familienfreundlich ist die deutsche Wirtschaft?
Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit

Statement

Prof. Dr. Michael Hüther

Direktor und Mitglied des Präsidiums des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln

am 19. Dezember 2006 in Berlin

– es gilt das gesprochene Wort –

1. Demografische Herausforderung: Die Themen „Familienfreundlichkeit“ und „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ gewinnen seit einigen Jahren enorm an Bedeutung in der öffentlichen Diskussion und in der Forschung. Einer der Gründe hierfür ist der demografische Wandel: Zu wenige Bundesbürger erfüllen sich ihren Kinderwunsch. Daher herrscht Kindermangel in Deutschland: Durchschnittlich kommen nur etwa 134 Kinder pro 100 Frauen auf die Welt, aber wir benötigen 210 je 100 Frauen, um eine stabile Entwicklung der Bevölkerung und auch eine stabile Volkswirtschaft zu erlangen. Das Verhältnis zwischen Nachwuchs, Erwerbstätigen und Rentnern entwickelt sich zu einer Belastung für unsere Volkswirtschaft. Etwas Zweites kommt hinzu: Vor allem die hoch qualifizierten Frauen bleiben kinderlos oder bekommen höchstens ein Kind. Das Entweder-Oder zwischen Beruf und Familie fällt hier meist zugunsten des Berufs aus. Viele gut qualifizierte Mütter können aufgrund unzureichender Kinderbetreuungsangebote gar nicht oder nur in Teilzeit arbeiten. Die OECD hat berechnet, dass durch eine bessere Kinderbetreuungsinfrastruktur bis zum Jahr 2025 zusätzlich 2,4 Millionen Frauen für den Arbeitsmarkt zu mobilisieren sein könnten.

2. Betriebliches Thema / Motivation der Unternehmen: Die Gestaltung einer familienfreundlichen Arbeitswelt gehört auf die betriebliche Ebene. Familienfreundlichkeit kann auf Betriebsebene als „Win-Win-Situation“ für die Beschäftigten und die Unternehmen gleichermaßen gestaltet werden. Staat und Sozialpartner sollten hierzu nur die geeigneten Rahmenbedingungen schaffen. Viele Unternehmen haben inzwischen schon erkannt, dass Familienfreundlichkeit ihnen einen Imagegewinn als attraktiver Arbeitgeber verschafft und ihnen einen höheren Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit beschert. Insgesamt bringt ihnen die Familienfreundlichkeit auch Vorteile im Wettbewerb um gut qualifizierte Fachkräfte. Wir haben in unserer repräsentativen Studie „Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit“ die Unternehmen gefragt, weshalb sie überhaupt familienfreundliche Maßnahmen einführen oder eine familienbewusste Personalpolitik pflegen? Und es war nicht erstaunlich, dass die Motive „Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter erhöhen“ und „qualifizierte Mitarbeiter gewinnen und halten“, die beiden wichtigsten Motive waren, die jeweils mehr als 80 Prozent der Befragten als Grund für die Einführung von familienfreundlichen Maßnahmen in ihrem Unternehmen angaben.

Wir sehen daran, dass die Unternehmen längst nicht mehr darauf vertrauen können, dass die Verweildauer im Unternehmen auch die Bindung der Beschäftigten an das Unternehmen erhöht. Vor allem jüngere gut qualifizierte Mitarbeiter tendieren zum Wechsel in ein anderes Unternehmen, das ihnen bei gleichem Gehalt noch bessere Rahmenbedingungen bietet. Daher sehen viele Unternehmen eine neue Bindungsstrategie darin, stärker auf die individuellen Lebensumstände der Mitarbeiter einzugehen und sie bei ihren familiären Verpflichtungen zu unterstützen. Das Gleiche gilt für die Kundenbindung der Unternehmen: Um Kunden nicht zu verlieren und neue zu akquirieren, setzen viele Unternehmen immer stärker auf ein internes und externes Wertemanagement; sie entwickeln Unternehmensrichtlinien, mit denen sich die Beschäftigten intern und die Kunden extern identifizieren können und die das Unternehmen als

Arbeitgeber bzw. Geschäftspartner „wertvoll“ und glaubwürdig macht. In vielen Unternehmen werden die Mitarbeiter inzwischen als wichtigster Produktionsfaktor wertgeschätzt, der zum Erfolg im Wettbewerb führen kann.

3. Status Quo der Familienfreundlichkeit in der deutschen Wirtschaft: Die deutsche Wirtschaft wird immer familienfreundlicher: Die Verbreitung der verschiedenen familienfreundlichen Maßnahmen hat seit 2003 deutlich zugenommen: Ein knappes Viertel aller Unternehmen (23,4 %) praktiziert inzwischen sieben bis neun verschiedene familienfreundliche Maßnahmen. Vor drei Jahren war dies nicht einmal jedes zehnte Unternehmen (9,4 %). Und fast jedes sechste Unternehmen (15 %) praktiziert sogar zehn bis zwölf verschiedene familienfreundliche Maßnahmen. Im Jahr 2003 hatte noch jedes fünfte Unternehmen (19,6 %) keinerlei familienfreundliche Maßnahmen. Das sind inzwischen nur noch 4,8 Prozent.

Am aktivsten sind die Unternehmen – wie schon 2003 – im Bereich Arbeitszeitflexibilisierung und Telearbeit. Fast neun von zehn Unternehmen (88,9 %) bieten in diesem Bereich mindestens eine Maßnahme an: Fast drei Viertel der Unternehmen (72,9 %) offerieren individuelle Arbeitszeiten an, mehr als zwei Drittel (67,4 %) flexible Tages- und Wochenarbeitszeiten. Vertrauensarbeitszeit und Telearbeit bieten inzwischen zwei Mal mehr Unternehmen an als noch vor drei Jahren, und die Anzahl der Unternehmen, deren Mitarbeiter Sabbaticals nehmen können – eine mehrmonatige Auszeit meist auf der Basis von Arbeitszeitguthaben auf einem Arbeitszeitkonto – hat sich im Vergleich zu 2003 sogar verdreifacht: Waren es damals erst 4,1 Prozent, so sind es inzwischen schon 12,3 Prozent. Gut acht von zehn Unternehmen (84,3 %) nehmen Rücksicht auf die Eltern bei der Urlaubs- und Einsatzplanung, fördern den Wiedereinstieg nach der Elternzeit oder bieten Qualifizierungen oder Vertretungseinsätze während der Elternzeit an. Viele Unternehmen sind inzwischen an einer „aktiven Gestaltung der Elternzeit“ interessiert. Die Kontaktpflege während der Elternzeit hat sich inzwischen nach Aussage von vielen Betriebsexperten zu einem ganz wichtigen Instrument entwickelt, um die Rückkehrquoten der Beschäftigten in Elternzeit zu erhöhen und um einer Dequalifizierung entgegenzuwirken. Die Anzahl der Unternehmen, die Väter beispielsweise durch Ermunterung zu Elternzeit oder Teilzeit besonders fördert, hat sich in den letzten drei Jahren sogar von 3,5 auf 9,9 Prozent fast verdreifacht. Gut sechs von zehn Unternehmen (62,3 %) unterstützen ihre Beschäftigten bei der Betreuung von Kindern oder der Pflege von Angehörigen. Dies waren im Jahr 2003 erst 41,9 Prozent. Die Versorgung mit Betreuungsplätzen und Kindertageseinrichtungen ist in Deutschland immer noch unzureichend, sowohl im Hinblick auf die Infrastruktur selbst, als auch im Hinblick auf deren Qualität und Flexibilität (Ganztagsbetreuung, Über-Mittag-Betreuung, Öffnungszeiten, Ferienzeiten, Bildungsauftrag). Nachteile ergeben sich daraus vor allem für die Beschäftigungssituation von Müttern mit kleinen Kindern. Größere Unternehmen richten daher Betriebskinderkrippen und Betriebskindergärten ein oder unterstützen Elterninitiativen in ihrer Organisation; kleine und mittlere Unternehmen können dies meist nur im Verbund mit anderen Betrieben leisten, oder sie mieten Belegplätze in den umliegenden Kindertageseinrichtungen an: 3,5 Prozent der Unternehmen bieten eine dieser drei Formen der betrieblichen Kinderbetreuung an.

4. Datenbasis und Methodik: Im Juli/August 2006 wurden 1.128 Geschäftsführer und Personalleiter interviewt. Das Sample der Unternehmen bestand aus einer nach Wirtschaftszweigen und Unternehmensgrößenklassen geschichteten Zufallsstichprobe. Die Größe der Branchen-Unternehmensgrößen-Matrix wurde auf 5 x 3 festgelegt. Mit dieser 5 x 3-Matrix wurde anschließend auf die Gesamtwirtschaft nach den Merkmalen Umsatz, Wertschöpfung oder Beschäftigung hochgerechnet. Die einzelnen Zellen der Matrix sind so stark besetzt, dass für die Gesamtheit der Unternehmen, für alle Unternehmensgrößenklassen und für die drei Branchen „Industrie“ (inkl. Bau), „Finanzierung und Unternehmensdienstleistungen“ sowie „sonstige Dienstleistungen“ repräsentative Aussagen getroffen werden können.

Im Gegensatz zu 2003 haben wir dieses Mal keine schriftliche Befragung durchgeführt und Fragebögen versandt, sondern wir haben uns für eine Telefonbefragung entschieden (CATI = Computer Assisted Telephone Interviews). Die Interviewer wurden geschult und so angewiesen, dass sie die Inhalte der Fragen verstehen und bei Bedarf kurze Erläuterungen geben können. Eine Anleitung für die Interviewer mit Hinweisen zum Ablauf des Interviews und Erläuterungen zu den einzelnen Fragen wurde erstellt und den Interviewern während der Befragung an die Hand gegeben. Die Interviewer mussten sicherstellen, dass die Fragen entweder von einem Geschäftsführer oder einem Personalverantwortlichen beantwortet wurden.

Um eine Vergleichbarkeit zur repräsentativen Befragung von 2003 zu gewährleisten, sollten fast dieselben Items abgefragt werden, wie bei der Befragung im Jahr 2003. Es gab allerdings geringfügige Änderungen bzw. Ergänzungen. Da die Liste der familienfreundlichen Maßnahmen insgesamt zu lang war, wurden einige Einzelmaßnahmen, die nicht direkt Familienfreundlichkeit, sondern Frauen- oder Gesundheitsförderung erfassten, weggelassen (z. B. Frauenförderprogramme, Personalentwicklung für Frauen, Gesundheitsprogramme). Andere Maßnahmen wurden zusammengefasst: Betriebskinderkrippe, Betriebskindergarten, Belegplätze anmieten wurde unter dem Begriff „Betriebliche Kinderbetreuung“ abgefragt. Dafür wurden andere Items ergänzt, die von Beschäftigten und Unternehmen gleichermaßen als wichtige Kriterien für die Familienfreundlichkeit genannt wurden (z. B. Vertretungseinsätze für Eltern in Elternzeit). Alles in allem bestand die Liste der familienfreundlichen Maßnahmen der 2006-er Befragung nur noch aus 22 Einzelmaßnahmen (2003 waren es 26).

5. Fazit: Der aktuelle Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit hat verdeutlicht, dass das Bewusstsein einer familienfreundlichen Personalpolitik in der deutschen Wirtschaft bei vielen Unternehmen vorhanden und seit 2003 noch weiter angestiegen ist. War es vor drei Jahren nicht einmal die Hälfte der Unternehmen (46,5 %), die die Bedeutung der Familienfreundlichkeit für das Unternehmen selbst als wichtig oder sehr wichtig einschätzten, so sind dies inzwischen schon fast drei Viertel aller Unternehmen (71,7 %). Auch die Einschätzung, welche Bedeutung familienfreundliche Maßnahmen für die Mitarbeiter haben, hat sich deutlich verändert: Im Jahr 2003 glaubten gut die Hälfte aller Geschäftsführer und Personalleiter (54,6 %), dass Familienfreundlichkeit für die Beschäftigten wichtig oder sehr wichtig sei. Inzwischen sind gut vier von fünf Geschäftsführern und Personalleitern (82,2 %) überzeugt, dass familienfreundliche Maßnahmen wichtig oder sehr wichtig für die Belegschaft sind.

Der zum Teil deutliche Zuwachs familienfreundlicher Maßnahmen in den Unternehmen und auch das Spektrum der verschiedenen Maßnahmen, die praktiziert werden, sind ermutigend. Die Erkenntnis scheint sich immer weiter durchzusetzen, dass Familienfreundlichkeit ein Wettbewerbsfaktor für Unternehmen ist, die sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, qualifizierte Beschäftigte akquirieren und halten und die Motivation und Arbeitsproduktivität der Mitarbeiter erhöhen wollen. Eine familienfreundliche Unternehmens- und Personalpolitik ist aber auch ein wirkungsvolles Instrument zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Wir planen die nächste Befragung für das Jahr 2009 und versprechen uns so in einer Art Längsschnittstudie langfristig verlässliche Daten, die wichtige Hinweise für die Politikberatung und Unternehmensberatung liefern kann. An dieser Schnittstelle zwischen Rahmenbedingungen und betrieblicher Personalpolitik wird das Thema „Familienfreundlichkeit“ immer mehr an Bedeutung gewinnen.