



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

ERFOLGSFAKTOR
FAMILIE

Studie: Digitalisierung – Chancen und Herausforderungen für die partnerschaftliche Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Auszug der Kernergebnisse
November 2015



Zusammen. 
Zukunft.
Gestalten.

Das Unternehmensprogramm "**Erfolgsfaktor Familie**" wird im Rahmen des Programms "**Vereinbarkeit von Familie und Beruf gestalten**" durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Das Unternehmensprogramm "Erfolgsfaktor Familie" hat eine Studie zu Angebot und Nachfrage mobiler Arbeitsformen durchgeführt



Beschäftigtenbefragung

Im September und Oktober 2015 führte das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des BMFSFJ eine repräsentative Befragung unter Müttern und Vätern mit minderjährigen Kindern im Haushalt durch. Die 284 Befragten arbeiteten entweder schon mit der Hilfe von Computer und Internet von zu Hause aus oder konnten sich eine solche Arbeit aufgrund ihrer Tätigkeit vorstellen



Unternehmensbefragung

Im August und September 2015 führte die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des BMFSFJ eine repräsentative Befragung von Unternehmen in Deutschland durch. Befragt wurden 300 Unternehmen aller Branchen und Größen sowie aus allen Regionen Deutschlands

Kernergebnisse der Befragungen



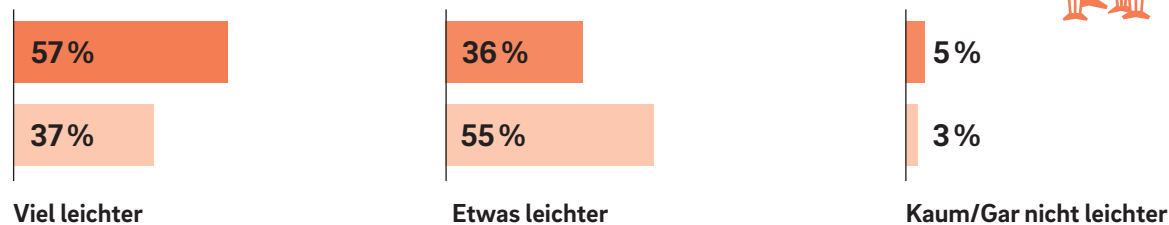
- 1** Für Beschäftigte sind mobile Arbeitsformen zentraler Bestandteil der NEUEN Vereinbarkeit
- 2** Die Auflösung der Grenzen zwischen Familien- und Arbeitswelt wird von den Beschäftigten weniger kritisch gesehen als vermutet
- 3** Home Office bietet unausgeschöpfte Potenziale – Die NEUE Vereinbarkeit muss diese besser nutzen
- 4** Insbesondere in der Unternehmenskultur muss sich etwas ändern

Für Beschäftigte sind mobile Arbeitsformen zentraler Bestandteil der NEUEN Vereinbarkeit

Steigende Bedeutung von mobilen Arbeitsformen – Home Office bedeutet eine substantielle Verbesserung der Vereinbarkeit

BESCHÄFTIGTE

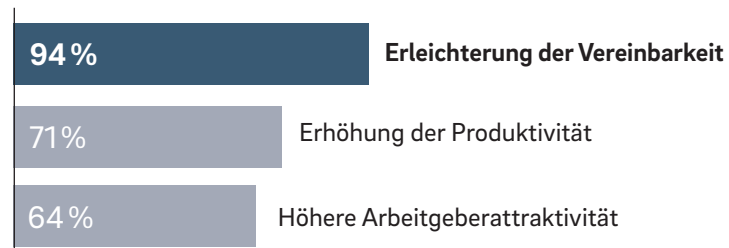
Erleichterung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch Home Office



■ Person nutzt bereits Home Office
■ Person nutzt bisher kein Home Office, interessiert sich aber dafür

UNTERNEHMEN

Wichtigste Gründe für Home-Office-Angebote



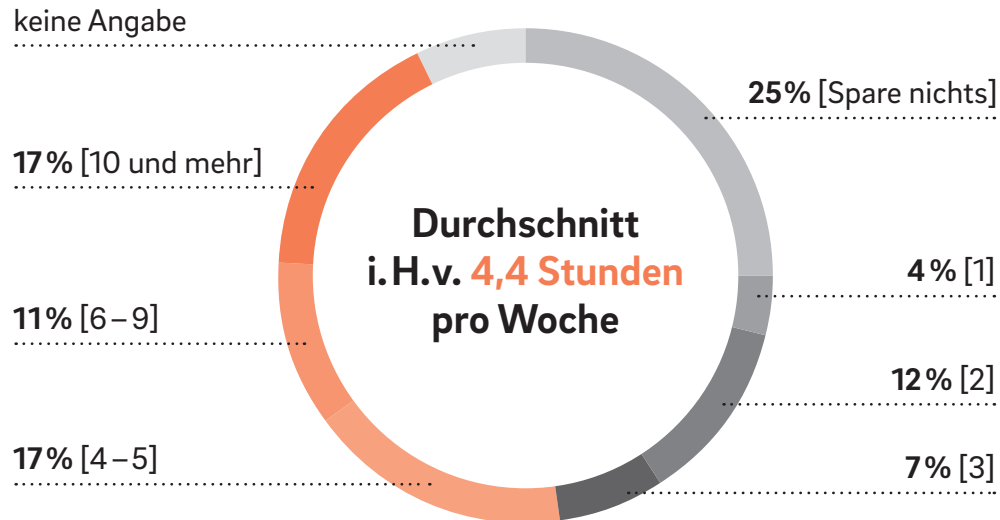
- > Nahezu **40 Prozent** der Unternehmen bieten heute Home Office an (im Vergleich zu 8 Prozent in 2003)
- > Für **93 Prozent** der Eltern, die Home Office nutzen, erleichtert dieses die Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- > Für **94 Prozent** der Unternehmen ist die Vereinbarkeit mit Abstand der wichtigste Grund, um den Beschäftigten die Arbeit im Home Office anzubieten
- > **Beschäftigte unterschätzen** jedoch (noch) die **Chancen** der Arbeit im Home Office für die Vereinbarkeit
 - 37 Prozent der Eltern, die derzeit nicht im Home Office arbeiten, erwarten eine "viel leichtere" Vereinbarkeit, aber
 - 57 Prozent der Eltern, die zumindest gelegentlich aus dem Home Office arbeiten, bestätigen diese

Für Beschäftigte sind mobile Arbeitsformen zentraler Bestandteil der NEUEN Vereinbarkeit

Mobile Arbeitsformen forcieren die Partnerschaftlichkeit und sorgen für mehr Familienzeit

BESCHÄFTIGTE

Zeitliche Einsparungen durch Nutzung von Home Office [Wochenstunden]



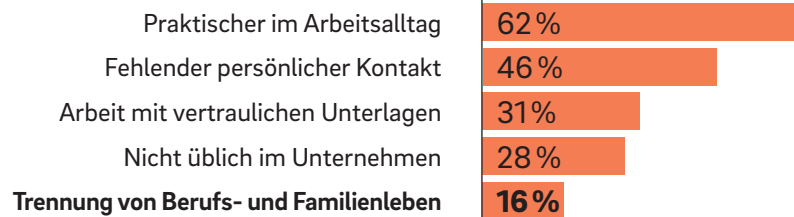
- > Die durchschnittliche **Zeitersparnis pro Woche** beträgt **4,4 Stunden**
 - für 45 Prozent derjenigen, die von einer Zeitersparnis berichten, beträgt sie mehr als 4 Stunden
 - für fast jede/-n sechste/-n 10 Stunden und mehr
- > Home Office schafft Freiräume für **mehr Familienzeit** – **80 Prozent** nutzt die freigewordene Zeit für "Familie und Kinder"
- > Home Office ermöglicht **stärkere Partnerschaftlichkeit** – **Knapp ein Drittel** nutzt sie zur "Entlastung des/der berufstätigen Partner/-in"

"Entgrenzung" ist für Beschäftigte ein nachrangiges Thema

Mobile Arbeitsformen gehen aus Sicht der Beschäftigten nicht automatisch mit einer Entgrenzung von Berufs- und Privatleben einher

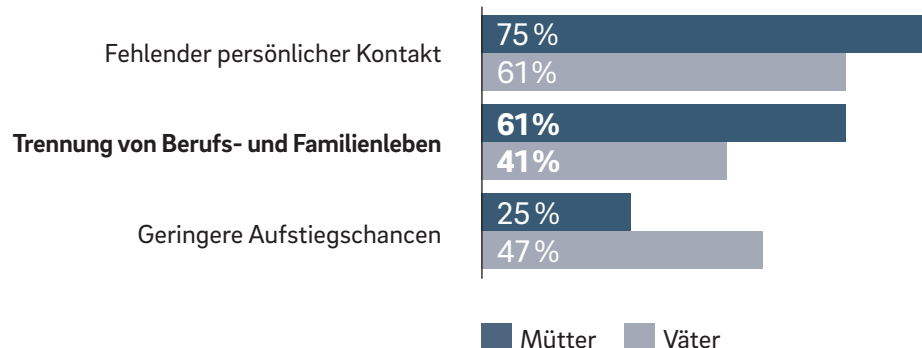
BESCHÄFTIGTE

Wichtigste Gründe gegen erweiterte Nutzung von Home Office



UNTERNEHMEN

Wichtigste Gründe für Nichtbereitstellung

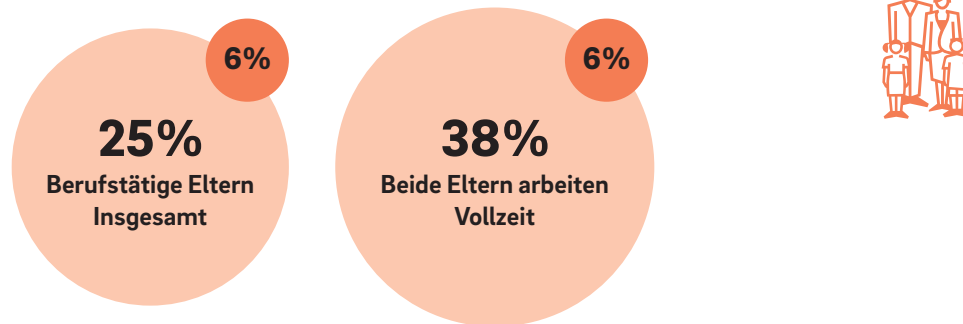


- > Nur **16 Prozent** der Beschäftigten, die gelegentlich das Home Office nutzen, geben die drohende **Entgrenzung von Familien- und Privatleben** als Grund für ihre nur gelegentliche Arbeit aus dem Home Office an – Bei Eltern, die nicht im Home Office arbeiten, sind es nur 8 Prozent
- > Nur **17 Prozent** der Beschäftigten geben an, dass sie die durch Home Office eingesparte **Zeit für Mehrarbeit nutzen**
- > Bei den **Unternehmen** herrscht eine **andere Wahrnehmung** vor: Aus ihrer Sicht gehört die Befürchtung einer Entgrenzung bei den Beschäftigten gleichermaßen zu den drei wichtigsten Gründen für die Nichtnutzung von Home-Office-Angeboten
- > Unterschiedliche Einschätzungen von Beschäftigten und Unternehmen weisen auf **Kommunikationsbedarf** hin

Home Office bietet unausgeschöpfte Potenziale – Die NEUE Vereinbarkeit muss diese besser nutzen

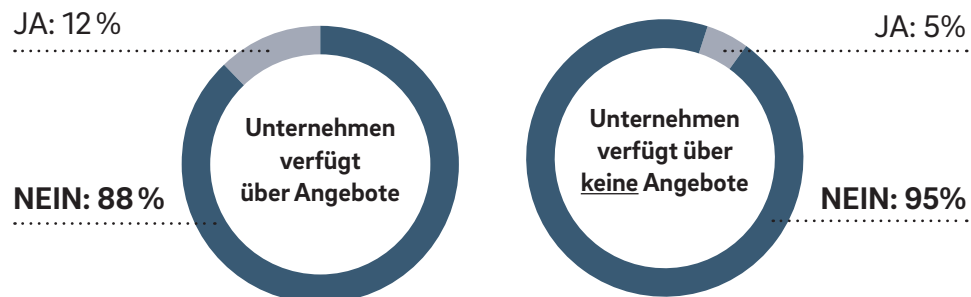
Nur 6 Prozent der Eltern mit minderjährigen Kindern nutzen bisher Home Office – Weitere 25 Prozent können sich dies vorstellen

BESCHÄFTIGTE Tatsächliche und potentielle Nachfrage von Home-Office-Angeboten



■ Person nutzt bereits Home Office ■ Person nutzt bisher kein Home Office, interessiert sich aber dafür

UNTERNEHMEN Geplanter Ausbau von Home-Office-Angeboten

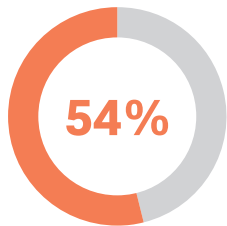


- > Aktuell arbeiten nur **6 Prozent** der Eltern mit minderjährigen Kindern (auch im Home Office)
- > Bei weiteren **25 Prozent der Eltern** besteht jedoch aufgrund ihrer Tätigkeit Interesse an einer Arbeit im Home Office – Bei Eltern, die in einer Erwerbskonstellation leben, bei der **beide Vollzeit berufstätig** sind, können sich dies sogar weitere **38 Prozent der Eltern** vorstellen
- > Demgegenüber sind **Unternehmen** eher **zögerlich** beim Ausbau bestehender bzw. der Einführung von Home-Office-Angeboten
 - Nur knapp ein Viertel der Unternehmen mit Home Office-Angeboten wollen diese ausbauen
 - Und nur 5 Prozent der Unternehmen, die ihren Beschäftigten bisher keine Möglichkeit zur Arbeit im Home Office anbieten, beabsichtigen die Einführung solcher Angebote in der Zukunft

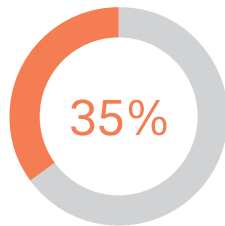
Insbesondere in der Unternehmenskultur muss sich etwas ändern

Aktuell verhindern vor allem kulturelle Gründe ein erhöhtes Angebot bzw. eine verbesserte Nutzung von Home Office

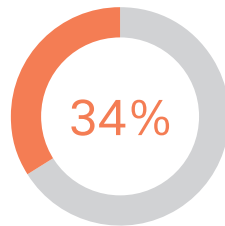
BESCHÄFTIGTE Wichtigste Gründe für Nichtnutzung



Nicht üblich im Unternehmen



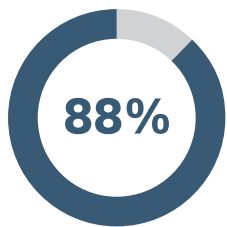
Praktischer im Arbeitsalltag



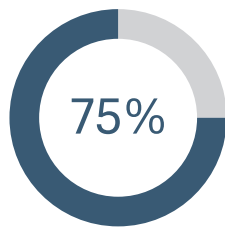
Kein Zugriff auf Firmennetzwerk



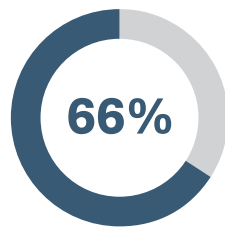
UNTERNEHMEN Wichtigste Gründe für Nichtbereitstellung



Permanente Anwesenheit erforderlich



Nötige Ressourcen nicht verfügbar



Angestellte nicht jederzeit ansprechbar

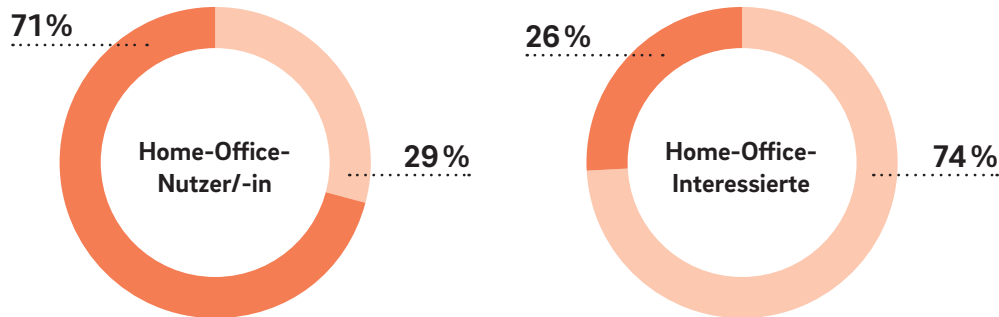


- > **54 Prozent** der Beschäftigten, die bisher nicht im Home Office arbeiten, geben an, dass sie dies deswegen nicht tun, weil es in ihrem Unternehmen nicht üblich ist – die Unternehmenskultur ist damit der wichtigste Grund für die Nichtnutzung
- > **88 Prozent** der Unternehmen geben an, dass eine permanente persönliche Anwesenheit im Unternehmen erforderlich ist und sie daher kein Home Office anbieten – noch bremst eine ausgeprägte Präsenzkultur das Home Office aus
- > Dem entspricht, dass in nur knapp in der **Hälfte** der Unternehmen die Arbeit im Home Office über entsprechende **Betriebsvereinbarungen** geregelt ist

Insbesondere in der Unternehmenskultur muss sich etwas ändern

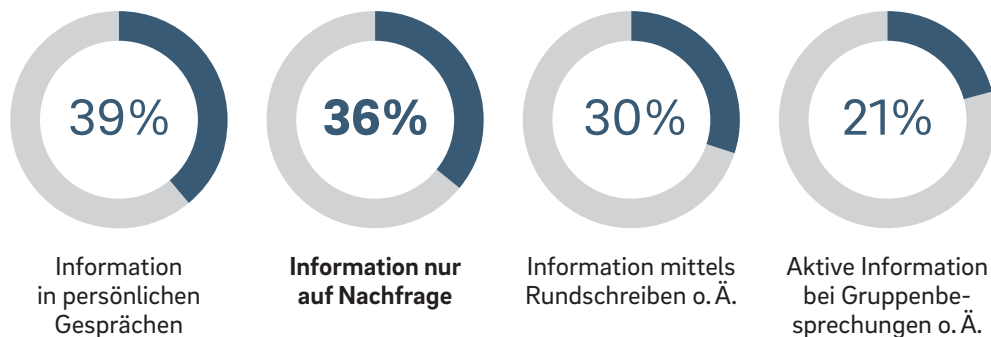
Unternehmen informieren wenig aktiv über Home-Office-Angebote – Beschäftigte sind nicht ausreichend informiert

BESCHÄFTIGTE Vom Arbeitgeber erhaltene Informationen



Information erhalten Keine Information erhalten

UNTERNEHMEN Kommunikation von Angeboten



- > **74 Prozent** der Beschäftigten, die an der Arbeit im Home Office interessiert sind, aber es bisher noch nicht nutzen, erhalten **keine Informationen** seitens ihrer Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber über entsprechende Angebote
- > **36 Prozent** der Unternehmen informieren ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bisher **nur auf Nachfrage** über ihre Home-Office-Angebote
- > **39 Prozent** ziehen das **persönliche Gespräch** der unternehmensweiten Kommunikation vor

Sechs Ansatzpunkte für eine bessere Nutzung der Potenziale der Digitalisierung für die NEUE Vereinbarkeit



1 Vorbehalte gegen die praktische Machbarkeit abbauen
Beispiele aus unterschiedlichen Branchen kommunizieren und ein klareres Bild von der Arbeit im Home Office entwickeln

2 Den notwendigen Kulturwandel fördern
Win-Win-Situation für Beschäftigte und Unternehmen verdeutlichen und Vorteilsübersetzung leisten

3 Die Nachfrage stärken
Home Office bei Vätern und Müttern als karrierefrequentes Vereinbarkeitsinstrument und als Alternative zur Arbeit in geringfügiger Teilzeit positionieren

4 Digital unterstützte mobile Arbeitsformen ausbauen
Neben der Fortsetzung des Ausbaus der Breitbandinfrastruktur sinnvolle und kostengünstige Übergangslösungen prüfen und Beteiligte über technische Anforderungen unterrichten

5 Praktische Machbarkeit sicherstellen
Konkrete Herausforderungen der Arbeit im Home Office identifizieren und gemeinsam bearbeiten

6 Auf "guten Umgang" mit mobilem Arbeiten verständigen
Mustervereinbarungen und Lösungen für die praktische Umsetzung im Alltag aufzeigen