



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Migrantenunternehmen in Deutschland

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung

Inhalt

Vorwort	3
I. Einleitung.....	7
II. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	8
III. Dynamik und Struktur der Migrantenunternehmen	11
IV. Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik	14
V. Bedeutung familienfreundlicher Personalpolitik.....	17
VI. Verbreitung familienfreundlicher Maßnahmen.....	20
6.1 Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung.....	20
6.2 Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern (Elternförderung).....	21
6.3 Maßnahmen zur Kinderbetreuung.....	22
6.4 Maßnahmen für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen.....	22
6.5 Maßnahmen im Bereich Familienservice.....	23
6.6 Vielfalt der angebotenen Maßnahmen.....	24
VII. Motive und Gründe der Unternehmen für bzw. gegen familienfreundliche Maßnahmen.....	26
VIII. Bedürfnisse und Unterstützungsbedarf	28
IX. Ausblick	31
X. Datenbasis und Methodik	32

I.

Einleitung

Kaum ein anderes Unternehmenssegment weist derzeit eine vergleichbare Dynamik auf wie das der Unternehmen von Migrantinnen und Migranten. Ihre Zahl wächst kontinuierlich und damit auch die Zahl der Beschäftigten, die eine Arbeitgeberin oder einen Arbeitgeber mit Migrationshintergrund haben. Eine familienfreundliche Personalpolitik zu verfolgen, ist auch für Unternehmen von Migrantinnen und Migranten stets eine Herausforderung. Insofern müssen auch Initiativen zur Unterstützung einer familienfreundlichen Personalpolitik das Segment der Migrantenunternehmen involvieren und hierfür zunächst ergründen, inwieweit sie von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind, welche Bedeutung sie dieser beimessen und welche Maßnahmen sie ergreifen.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wurde eine repräsentative Befragung zur Relevanz von Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Migrantenunternehmen durchgeführt. Die Befragung wurde erstmals bundesweit erhoben und vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim durchgeführt. Die vorliegenden Ergebnisse geben Auskunft über Betroffenheit, Einstellungen und Bedürfnisse von Migrantenunternehmen bezüglich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Damit wird erstmals die empirische Basis gelegt und das bislang bestehende Defizit bezüglich der Relevanz der Vereinbarkeit von Beruf und Familie in Migrantenunternehmen geschlossen.

II.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik:

- Unternehmen von Migrantinnen und Migranten sind in hohem Maße von der Herausforderung betroffen, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für ihre Beschäftigten zu unterstützen, und dies unabhängig von der nationalen Herkunft. 55 Prozent dieser Unternehmen haben Beschäftigte, die sich entweder um Kinder oder um pflegebedürftige Angehörige kümmern müssen.
- Legt man nicht den Unternehmens-, sondern den Beschäftigtenanteil zugrunde, zeigt sich, dass ein Viertel der Beschäftigten (27 Prozent) betreuungsbedürftige Kinder und knapp acht Prozent betreuungsbedürftige Angehörige haben.
- Ferner weist die junge Altersstruktur der Beschäftigten (57 Prozent der Beschäftigten sind zwischen 20 und 40 Jahre alt, 34 Prozent älter als 40) darauf hin, dass Migrantenunternehmen sogar potenziell stärker auf eine familienfreundliche Personalpolitik angewiesen sind.
- Überproportional häufig sind es die Frauen, die ihre Arbeitszeit reduzieren, um Kinder zu betreuen oder Angehörige zu pflegen.

Verbreitung familienfreundlicher Maßnahmen:

- Fast 98 Prozent der befragten Migrantenunternehmen, die Beschäftigte mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen haben, bieten diesen mindestens eine Maßnahme zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie an.
- Familienfreundliche Maßnahmen in fünf ausgesuchten Handlungsfeldern sind unterschiedlich stark verbreitet:
 - 91 Prozent der befragten Migrantenunternehmen bieten ihren Beschäftigten Angebote im Handlungsfeld „Flexible Arbeitsgestaltung“.
 - 88 Prozent der befragten Migrantenunternehmen offerieren Angebote im Handlungsfeld „Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern“, 82 Prozent im Handlungsfeld „Maßnahmen zur Kinderbetreuung“ sowie 80 Prozent im Handlungsfeld „Maßnahmen für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen“.
 - Angebote im Handlungsfeld „Familienservice“ (z. B. haushaltsnahe Dienstleistungen, Freizeitangebote) finden sich in jedem vierten Unternehmen (24 Prozent) mit mehr als neun Beschäftigten.
- In Migrantenunternehmen besteht Bedarf, was die Breite und die Vielfalt familienfreundlicher Maßnahmen angeht: Nur die Hälfte (49 Prozent) aller Migrantenunternehmen ist in der Lage, jeweils mindestens eine Maßnahme in drei Handlungsfeldern anzubieten, und lediglich jedes zehnte Unternehmen (11 Prozent) kann dies in mindestens vier Handlungsfeldern.

Unterstützungsbedarf:

- | Soweit sich Migrant*innenunternehmen mehr Unterstützung bei der Umsetzung von familienfreundlichen Maßnahmen wünschen, wird neben der „Verbesserung der Kinderbetreuungs- und Pflegeinfrastruktur“ (93 Prozent) und einer „finanziellen Unterstützung“ (91 Prozent), vor allem auch eine Unterstützung durch bessere Vernetzung und Kooperation mit Akteur*innen und Akteuren vor Ort (69 Prozent) und mit anderen Unternehmen (58 Prozent) sowie durch Beratung (68 Prozent) genannt.

Motive und Gründe der Unternehmen für bzw. gegen familienfreundliche Maßnahmen:

- | Die Motive für die Einführung von familienfreundlichen Maßnahmen spiegeln wider, dass sich die Unternehmen der Bedeutung ihrer Beschäftigten für den Unternehmenserfolg sehr bewusst sind: 82 Prozent nennen als wichtigsten Grund das „Halten und Gewinnen von Mitarbeiter*innen und Mitarbeitern“ und 81 Prozent die „stärkere Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen“.
- | Vor allem Unternehmen, die bereits eine Vielzahl von familienfreundlichen Maßnahmen anbieten, glauben, dass Angebote für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zukünftig an Bedeutung gewinnen werden: Rund die Hälfte geht davon aus, dass diese in Zukunft „wichtiger“ für ihre Personalpolitik werden. Über alle Maßnahmenbereiche hinweg liegt der Anteil derjenigen, die bekunden, dass eine familienfreundliche Personalpolitik für ihr Unternehmen zukünftig „wichtiger“ werde, bei gut über 30 Prozent.
- | Als wichtigste Gründe gegen die Einführung von Vereinbarkeitsmaßnahmen werden genannt: „wenige Eltern in der Familienphase“ (59 Prozent), „bisher nicht mit dem Thema auseinandergesetzt“ (58 Prozent), „kein erkennbarer Nutzen zu sehen“ (knapp 45 Prozent) und „Familienfreundlichkeit grundsätzlich keine Aufgabe eines Unternehmens“ (41 Prozent).
- | Eine Korrelation zwischen Herkunft und der „Familienfreundlichkeit“ gibt es nicht bzw. die Herkunft spielt keine Rolle. Vielmehr nehmen betriebliche Strukturen Einfluss auf die Familienfreundlichkeit. Dazu zählen die Unternehmensgröße, das wirtschaftliche Betätigungsfeld, die Beschäftigtenstruktur und der Wissenspool eines Unternehmens.

Migrationshintergrund/Herkunft (Mehrpersonenunternehmen):

- | Die befragten Unternehmer*innen und Unternehmer lassen sich in drei größere Herkunftsgruppen unterteilen: ehemalige Anwerbeländer (Türkei, Italien, Spanien, Portugal, das ehemalige Jugoslawien, Griechenland, Marokko und Tunesien), Ost- und Mitteleuropa (Russland, Ukraine, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Rumänien und Bulgarien), sowie übrige Welt.
- | Das Ranking wird von türkischen (24,9 Prozent) und italienischen (18,9 Prozent) Unternehmen angeführt, etwa ein Achtel stammt aus asiatischen Ländern (12,5 Prozent), in hohem Maße auch aktiv sind Migrant*innenunternehmen aus dem Nahen und Mittleren Osten (7,6 Prozent), gefolgt von Unternehmen mit griechischer Herkunft (7,2 Prozent) und mit exjugoslawischer Herkunft (7,1 Prozent), mit polnischer Herkunft (4,7 Prozent) und russischer Herkunft (1,2 Prozent).
- | Beachtlicher Anteil: 31 Prozent der befragten Migrant*innenunternehmen werden von Frauen geführt, was auch dem Frauenanteil unter Selbständigen ohne Migrationshintergrund entspricht.

Beschäftigtenstruktur:

- Ein hoher Anteil der Migrantenunternehmen sind Kleinst- und Kleinunternehmen:
Es überwiegen die Unternehmen mit 1–4 Beschäftigten (62,1 Prozent), gefolgt von Unternehmen mit 5–9 Beschäftigten (23,3 Prozent) und 10–49 Beschäftigten (13,3 Prozent).
- Ein geringer Anteil von Unternehmen hat 50 und mehr Beschäftigte (1,3 Prozent).

Branchenverteilung:

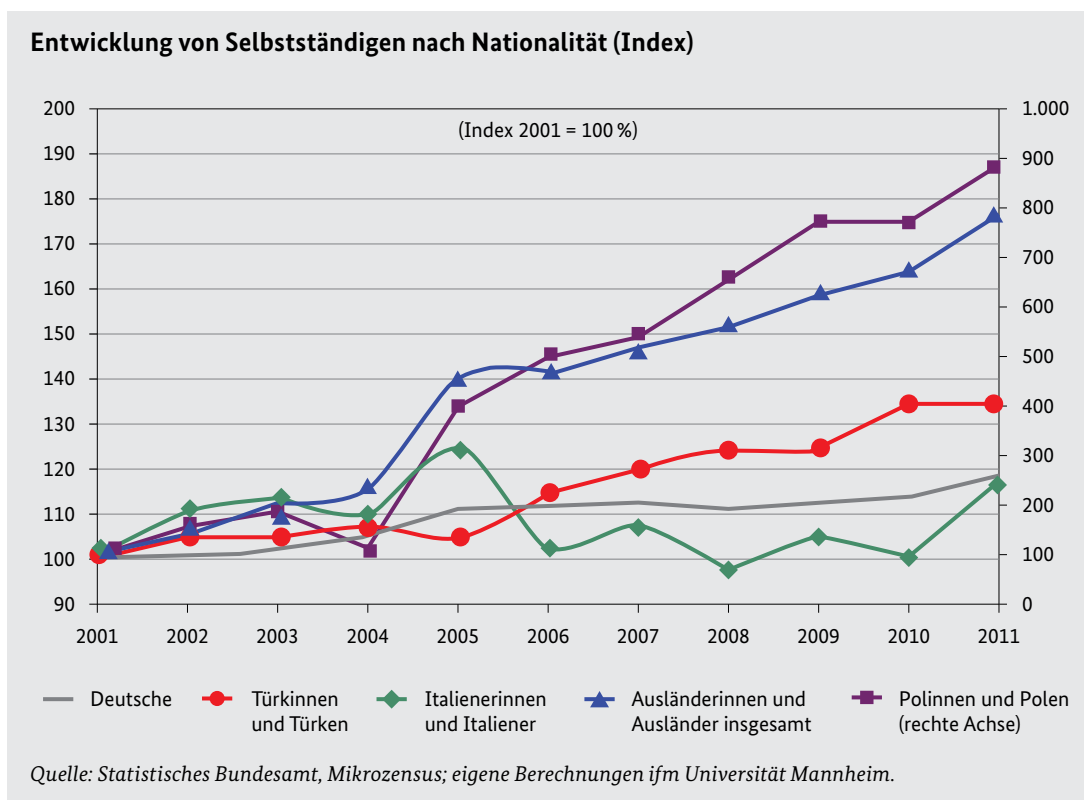
- Die Branchenstruktur von Migrantenunternehmen ist wesentlich breiter und auch moderner als vielfach vermutet und setzt sich wie folgt zusammen: Gastgewerbe (37,5 Prozent), wissensintensive Dienstleistungen (23,7 Prozent), Handel (18,1 Prozent), nicht wissensintensive Dienstleistungen (11,1 Prozent), Baugewerbe (5,5 Prozent) und produzierendes Gewerbe (4,1 Prozent).

III.

Dynamik und Struktur der Migrantenunternehmen

Ein Blick auf die Entwicklung selbstständiger Unternehmensinhaberinnen und -inhaber zeigt:

- Seit 2001 ist die Zahl der ausländischen Selbstständigen¹ um 77 Prozent und damit fast fünfmal so stark gestiegen wie die der einheimischen Unternehmer und Unternehmerinnen. Zwischenzeitlich wird in etwa jedes sechste bis siebte Unternehmen in Deutschland von einer Migrantin bzw. einem Migranten geführt. Kräftig zugelegt haben nicht nur die Unternehmen der Selbstständigen, die aus der Türkei stammen.
- Seit 2004 wurde die Entwicklung besonders durch die wachsende Zahl an unternehmerischen Aktivitäten der Zuwanderinnen und Zuwanderer aus mittel- und osteuropäischen Ländern beeinflusst, was sich u. a. darin zeigt, dass die Unternehmer und Unternehmerinnen polnischer Nationalität nicht nur immens hohe Zuwachsraten aufweisen, sondern inzwischen auch zahlenmäßig die größte Gruppe stellen.
- Hinsichtlich des Beschäftigtenvolumens ist zu konstatieren, dass die Migrantenunternehmen in Deutschland in etwa 1,9 Mio. Arbeitsplätze stellen, mit steigender Tendenz. In puncto Beschäftigungswirkung kommt vor allem den Unternehmern und Unternehmerinnen aus der Türkei sowie aus Russland, aber auch beispielsweise denjenigen aus dem Nahen und Mittleren Osten große Bedeutung zu.



¹ Da sich aber Personen mit Migrationshintergrund erst seit 2005 mit der amtlichen Statistik erkennen lassen, müssen für den langen Zeitraum die Zahlen für Ausländerinnen und Ausländer verwendet werden.

Betrachtet man die Branchenzugehörigkeit, so ergibt sich folgendes Bild:

- Zwar konzentrieren sich Migrantenunternehmen noch überproportional häufig auf traditionelle Sektoren, doch die Branchenstruktur ist wesentlich breiter und auch moderner als vielfach vermutet.
- Insgesamt betätigt sich nur ein Drittel (33 Prozent) im Gastgewerbe und Handel, und dies mit abnehmender Tendenz. Rund 15 Prozent sind dem produzierenden Gewerbe und inzwischen sogar ein Viertel (24 Prozent) den wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen, in welchen sich viele freiberuflich ausgeübte Professionen finden. Trotz allem ist zu berücksichtigen, dass sich die wirtschaftliche Struktur den einheimischen Unternehmen zwar nähert, aber traditionelle Routinedienstleistungen (darunter auch die „sonstigen“ nicht wissensintensiven haushaltsnahen Dienstleistungen) noch immer überwiegen.

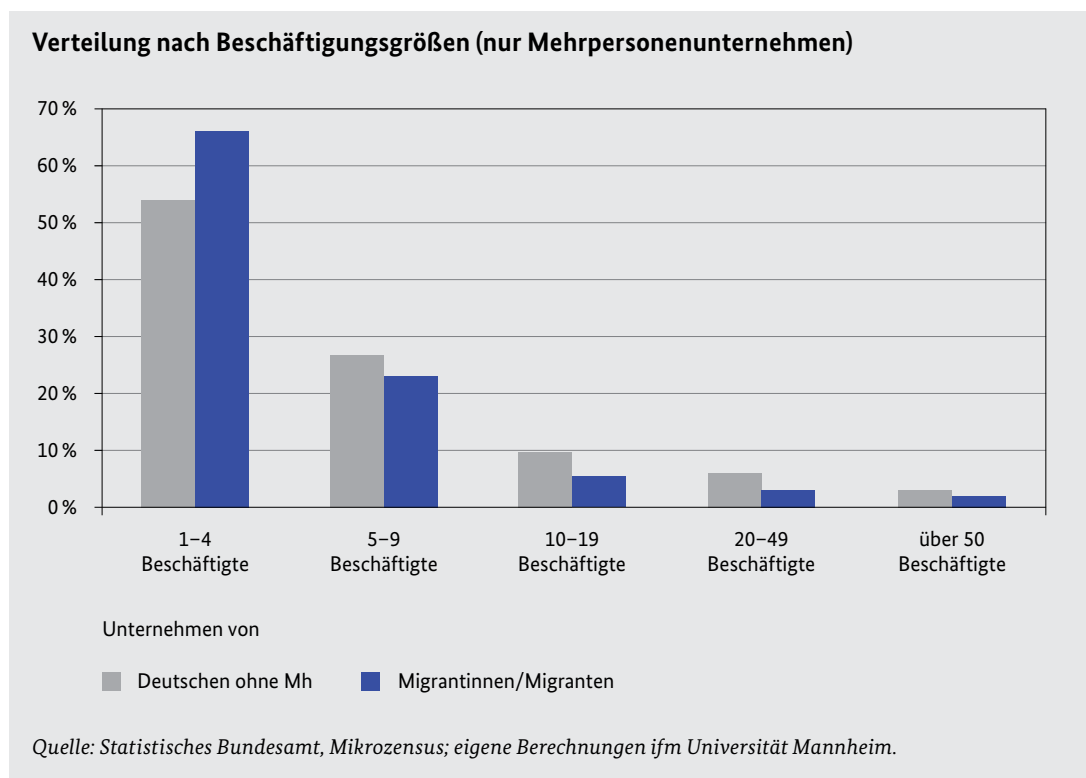
Das Qualifikationsniveau im Unternehmensmanagement ändert sich:

Dies ist vor allem seit der vermehrten Zuwanderung aus Osteuropa und asiatischen Ländern zu beobachten.

- Mit der Zuwanderung aus Osteuropa und asiatischen Ländern hat sich das Qualifikationsniveau im Unternehmensmanagement verändert. Der hohe Anteil an Ungelernten, der sich vor allem aus der sogenannten „Gastarbeitergeneration“ ergibt, hat sich auf ein Viertel (27 Prozent) verringert, während der Anteil derjenigen mit Hochschulabschluss auf 29 Prozent gestiegen ist.

Betrachtet man die Beschäftigtenzahl bzw. die Unternehmensgröße der Mehrpersonenunternehmen, die im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung stehen, dann ist festzuhalten:

- Zwei Drittel (66 Prozent) haben weniger als fünf Beschäftigte und nur zwei Prozent zählen zu den mittleren und größeren Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten. Migrantenunternehmen sind insgesamt kleinbetrieblicher strukturiert.



- Insbesondere in Kleinbetrieben finden sich überproportional viele Beschäftigte, die (wenn auch oftmals in einem weitläufigen Sinne)² zu den Familienangehörigen zählen. In den Unternehmen, die von Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer gegründet wurden, gehört ein Drittel der Beschäftigten zum Kreis der Familie. Der Anteil beträgt hier 34 Prozent. In Unternehmen, die den Ost- und Mitteleuropäerinnen und -europäern zuzuordnen sind, beträgt der Anteil mithelfender Familienangehöriger 29 Prozent, während in den Unternehmen der übrigen Gruppen der Anteil bei nur 24 Prozent liegt. Hier ist wichtig festzuhalten, dass es sich zum allergrößten Teil um formale Beschäftigungsverhältnisse handelt und nur vier Prozent zu den sogenannten „unbezahlt Mithelfenden“ zählen.

2 Dazu zählt nicht allein der enge Kreis. In der Regel werden auch entfernt verwandte Angehörige mit dazu gezählt.

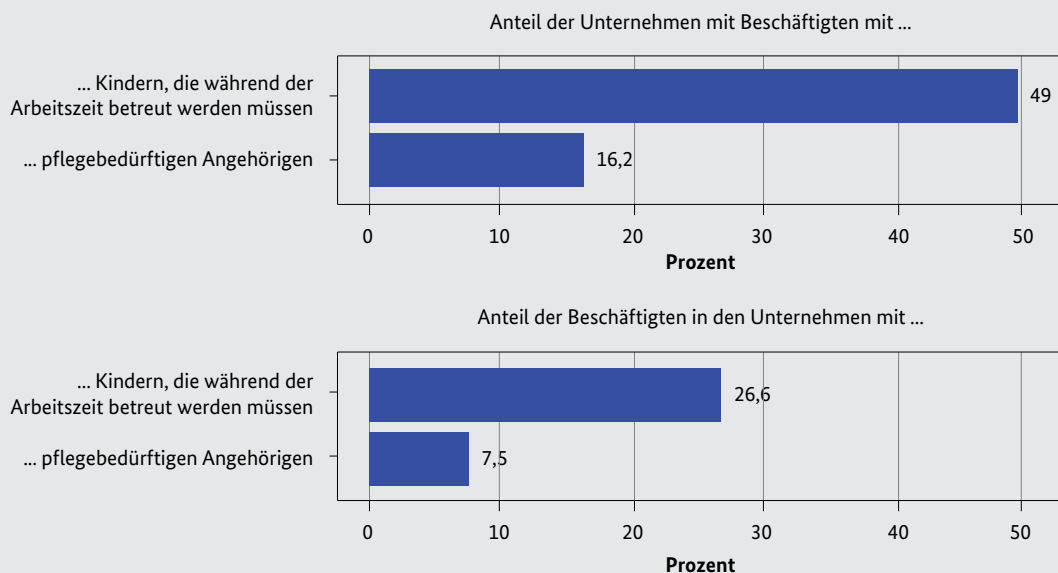
IV.

Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik

Migrantenunternehmen sind in beachtlichem Maße vom Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf betroffen:

- Über die Hälfte (55 Prozent) der Migrantenunternehmen hat Beschäftigte, die sich entweder um ihre Kinder oder um pflegebedürftige Angehörige kümmern müssen. In jedem zehnten Unternehmen ist beides der Fall.
- Legt man nicht die Zahl der Unternehmen, sondern das Volumen an betroffenen Beschäftigten zugrunde, ergibt sich eine andere Perspektive: In Migrantenunternehmen hat durchschnittlich ein Viertel der Beschäftigten (27 Prozent) Kinder, die während der Arbeitszeit betreut werden müssen. Vom Problem der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege sind knapp acht Prozent aller Beschäftigten betroffen.

Anteil der Unternehmen mit Beschäftigten/Anteil der Beschäftigten in den Unternehmen mit familiären Verpflichtungen

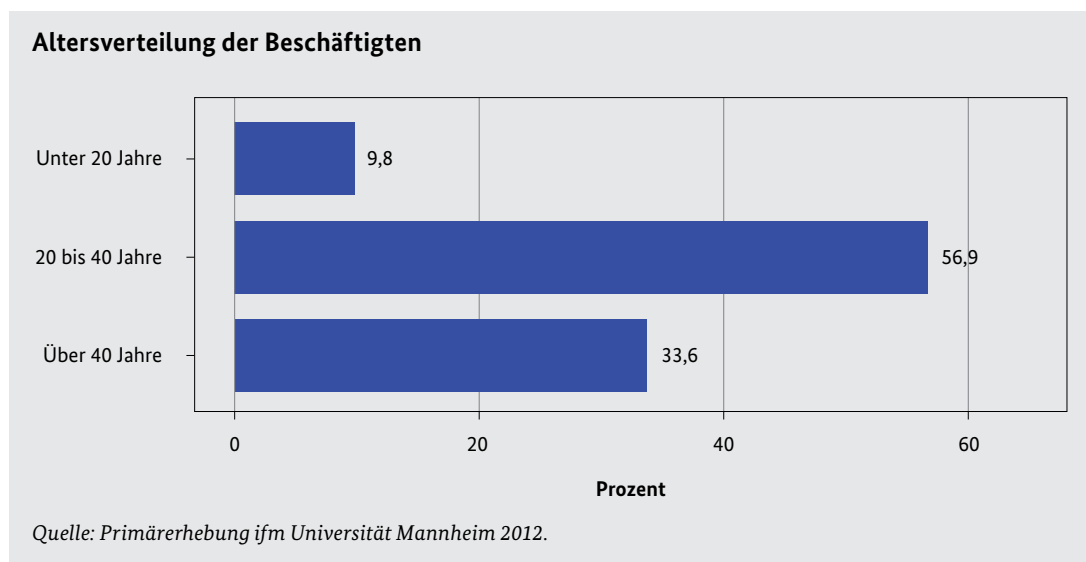


Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

- Bei einer Differenzierung nach der nationalen Herkunft der Unternehmensinhaberinnen und -inhaber ergeben sich kaum nennenswerte Unterschiede.

Sieht man von den Kleinstbetrieben ab, so weisen Migrantenunternehmen eine andere Geschlechter- und Altersstruktur als „einheimische“ Unternehmen auf, die darauf hinweisen, dass die Belegschaft in Migrantenunternehmen³ sogar potenziell stärker auf eine familienfreundliche Personalpolitik angewiesen ist:

- In den befragten Betrieben sind 57 Prozent der Beschäftigten zwischen 20 und 40 Jahre alt. In diese Altersspanne fällt häufig auch die Phase der Familienplanung und -gründung bzw. die Elternphase. Weitere 34 Prozent sind älter als 40 Jahre, also in einem Alter, in dem die Frage nach der Pflege von Angehörigen vermutlich stärker an Bedeutung gewinnt. Das heißt, etwa 90 Prozent der Beschäftigten in Migrantenunternehmen zählen allein schon von ihrer Altersverteilung her zu der Zielgruppe einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik.

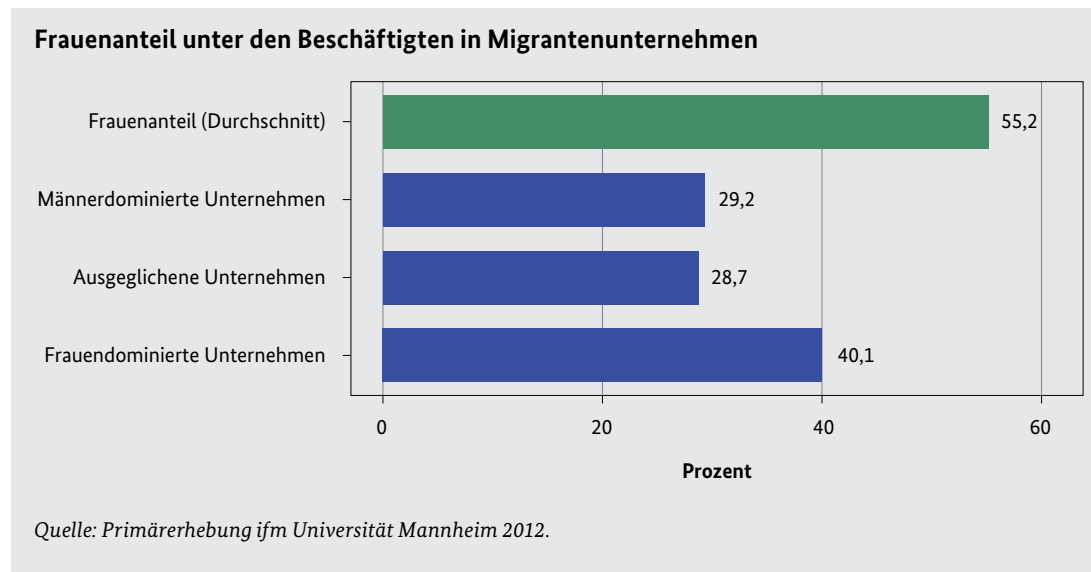


- Es sind auch in Migrantenunternehmen überproportional häufig die Frauen, die ihre Arbeitszeit reduzieren, um Kinder zu betreuen oder Angehörige zu pflegen: Insgesamt betrachtet sind in Migrantenunternehmen durchschnittlich 55 Prozent der Beschäftigten Frauen. Betrachtet man die spezifische Verteilung weiblicher Beschäftigter auf die Unternehmen, so lassen sich vier von zehn Unternehmen gar als „frauendominiert“ bezeichnen.⁴

³ Die Altersverteilung der Beschäftigten wurde nur für Migrantenunternehmen mit mehr als neun Beschäftigten erfasst.

⁴ Als frauendominiert werden Unternehmen mit einem Frauenanteil von mehr als 70 Prozent bezeichnet, solche mit einem Frauenanteil von weniger als 30 Prozent als „männerdominierte“ Unternehmen. Betriebe mit einem Frauenanteil zwischen 30 Prozent und 70 Prozent werden als „ausgeglichene“ Unternehmen bezeichnet (Achatz, J.: Geschlechtersegregation im Arbeitsmarkt. In: Abraham, M./Hinz, T. (Hrsg.): Arbeitsmarktsoziologie. Probleme, Theorien, empirische Befunde, Wiesbaden 2005, S. 263-301. Fischer, G. et al.: Gleich und doch nicht gleich: Frauenbeschäftigung in deutschen Betrieben. Auswertung des IAB-Betriebspanels 2008. IAB-Forschungsbericht 4/2009, Nürnberg 2009).

- Vergleicht man diese Werte mit der Geschlechterverteilung der Beschäftigten in der Grundgesamtheit aller Unternehmen in Deutschland, dann finden sich unter den Migrantenunternehmen weit häufiger frauendominierte Betriebe.⁵



⁵ Nach Daten des IAB-Betriebspanels beträgt der Anteil frauendominierter Betriebe in Deutschland 29 Prozent, ausgeglichener Betriebe 37 Prozent und männerdominierter Betriebe 34 Prozent (Fischer et al. 2009, S. 15).

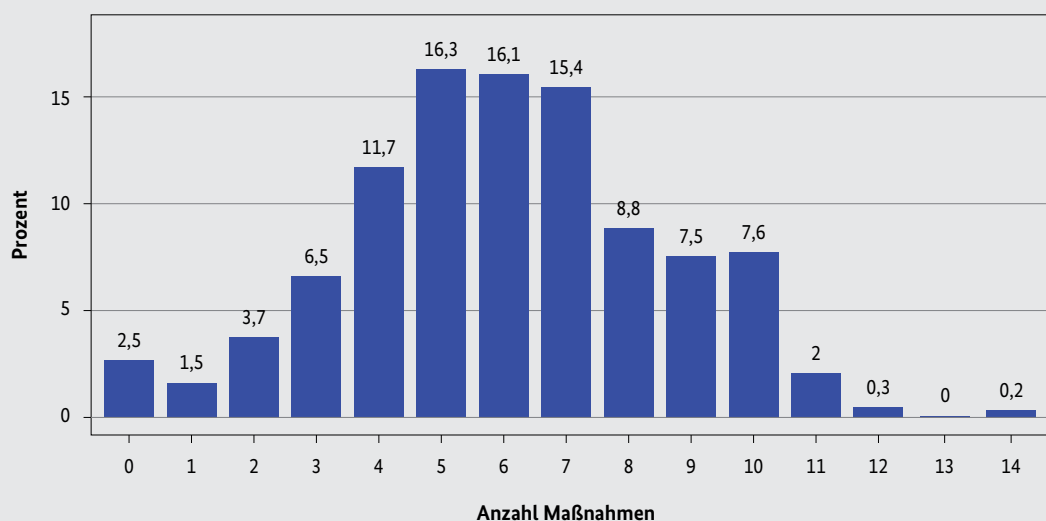
V.

Bedeutung familienfreundlicher Personalpolitik

Die Bedeutung, welche Unternehmen einer familienfreundlichen Personalpolitik beimessen, wird nicht allein durch die Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik bestimmt. Sie kommt möglicherweise noch stärker durch die Sensibilität der Unternehmensleitung und vor allem durch das Niveau an Aktivitäten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zum Ausdruck.

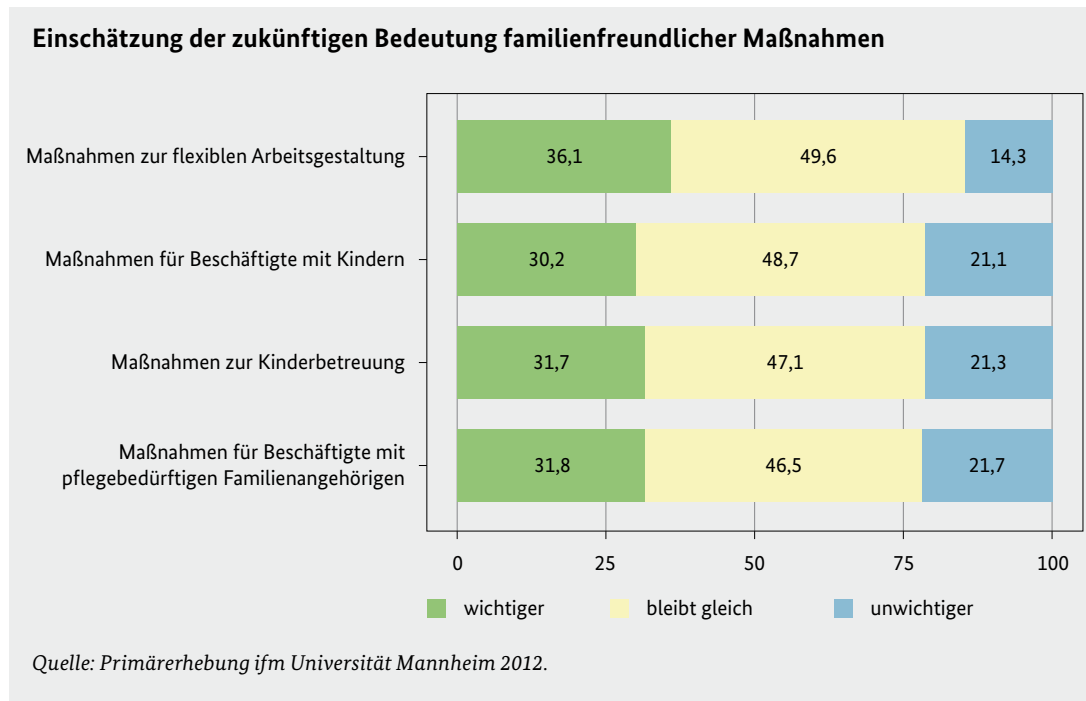
- Es finden sich (ähnlich wie im Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit) auch unter Migrantenunternehmen kaum noch solche, die nicht mindestens eine der abgefragten Maßnahmen praktizieren. Nur in knapp mehr als zwei Prozent aller Fälle werden keinerlei Angebote gemacht, d. h. fast 98 Prozent aller Migrantenunternehmen offerieren ihren Beschäftigten mindestens eine Maßnahme. Dieser hohe Anteil dürfte jedoch auch darauf zurückzuführen sein, dass einige Maßnahmen zum personalpolitischen Standardrepertoire gehören, ohne dass das Ziel der Familienfreundlichkeit bewusst im Vordergrund steht.
- Aussagekräftiger ist daher der Umfang an Unternehmen, die mehrere Angebote machen. Genau ein Viertel (25 Prozent) der Unternehmen listet Maßnahmen in der Zahl zwischen eins und vier auf. Das Gros, nämlich 57 Prozent der Unternehmen, kann zwischen fünf und acht familienfreundliche Angebote nennen und nur bei 16 Prozent reicht das Angebot über acht Maßnahmen hinaus.

Anzahl der angebotenen Maßnahmen (Häufigkeitsverteilung in Prozent)



Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

- Hinsichtlich der subjektiv eingeschätzten Bedeutung einer familienfreundlichen Personalpolitik gibt es noch Luft nach oben: Zwar ist etwa die Hälfte der Entscheidungsträgerinnen und -träger der Meinung, dass es in ihrem Unternehmen eher „einfach“ ist, Familie und Beruf zu vereinbaren. Doch unter genau diesen zeigen relativ viele eine eher geringe Handlungsbereitschaft, wenn es um die Angebote für die Beschäftigten geht. Dies verdeutlicht, dass die personalpolitischen Erfordernisse bei der Gestaltung familienfreundlicher Maßnahmen noch nicht richtig erkannt oder zumindest unterschätzt werden.
- Dennoch ist sich ein beachtlicher Teil der Migrantenunternehmen der Bedeutung des Themas für die zukünftige Personal- und Unternehmensentwicklung (zukünftige Bedeutung familienfreundlicher Personalpolitik) bewusst. In den Augen von rund einem Drittel der Befragten wird „Familienfreundlichkeit“ zukünftig noch wichtiger. Lediglich ein Fünftel der Befragten ist der Meinung, das Vereinbarkeitsproblem verliere an Gewicht. Nicht ganz die Hälfte geht hingegen davon aus, dass das Thema „gleich wichtig“ bleibt.



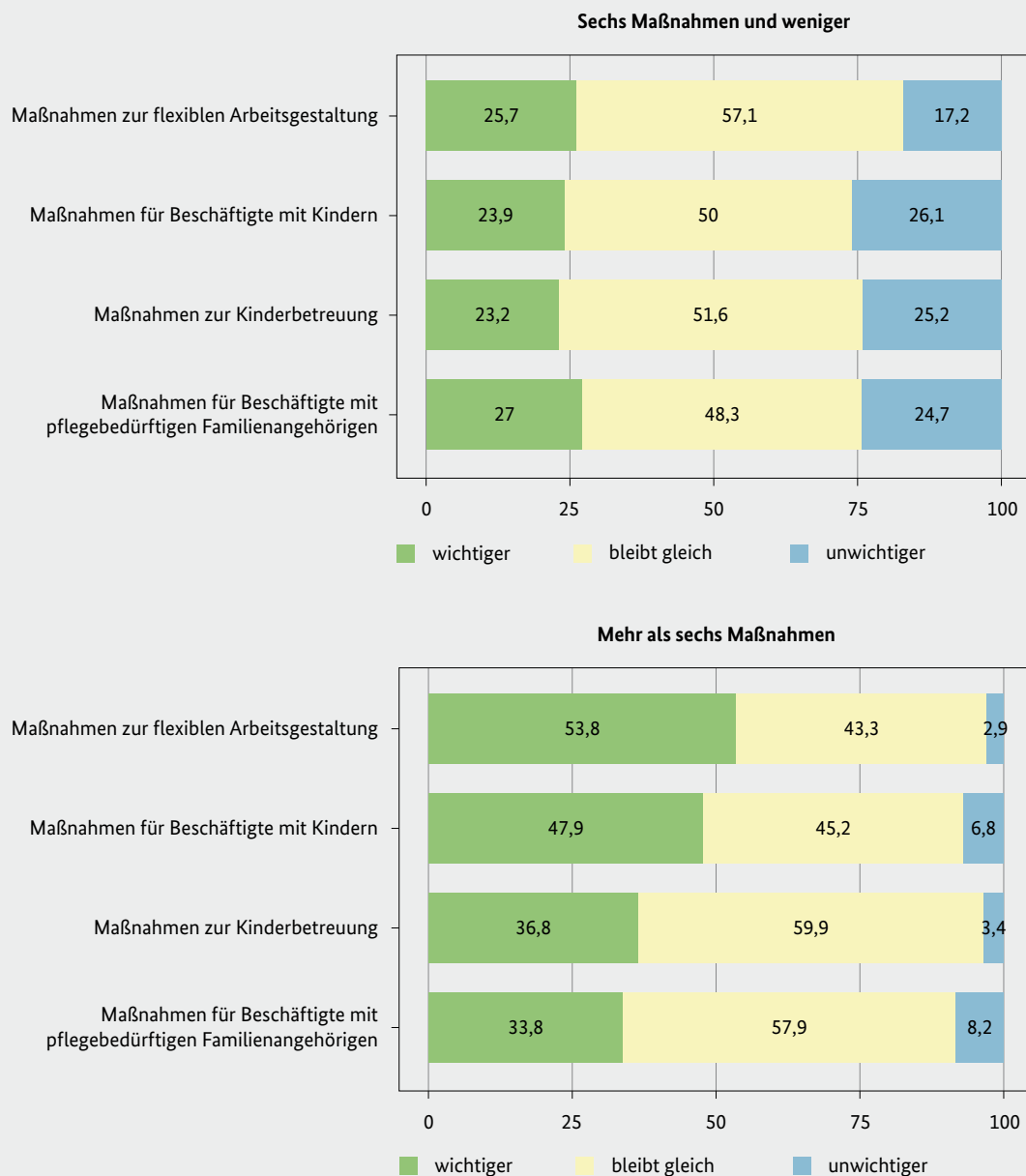
- Unterscheidet man nach einzelnen Handlungsfeldern, wird den „Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung“ derzeit und künftig ein etwas größeres Gewicht als den anderen Feldern beigemessen. Hier rechnen 36 Prozent der Befragten mit einer zunehmenden und lediglich 14 Prozent mit einer abnehmenden Bedeutung. Über alle Maßnahmenbereiche hinweg liegt der Anteil derjenigen, die meinen, das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf werde für ihr Unternehmen wichtiger, bei gut über 30 Prozent.
- Betrachtet man die Einschätzungen zur künftigen Relevanz familienfreundlicher Politik differenziert nach Anzahl der angebotenen Maßnahmen⁶, so wird ersichtlich, dass Unternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit in stärkerem Maße familienpolitisch engagiert haben, nicht unbedingt in ihren Anstrengungen nachlassen. Im Gegenteil: Es sind vor allem die Migrantenunternehmen mit einer überdurchschnittlichen Zahl familienfreund-

⁶ Die durchschnittliche Anzahl der in Migrantenunternehmen angebotenen Maßnahmen lässt sich auf etwa sechs beziffern.

licher Angebote, die davon ausgehen, dass diese in Zukunft auch wichtiger für ihre Personalpolitik werden. Je nach Maßnahmenbereich glauben zwischen einem Drittel und der Hälfte der Unternehmensinhaberinnen und -inhaber, dass Angebote für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zukünftig an Bedeutung gewinnen werden.

- Mit Blick auf politische Initiativen ist dieses Ergebnis wichtig, weil es zeigt, dass die gewonnenen Erfahrungen mit der Durchführung von familienfreundlichen Maßnahmen dazu motivieren, diese Anstrengungen eher zu verstärken. Dies wiederum lässt darauf schließen, dass die maßnahmenaktiven Unternehmen ihre Personalpolitik als erfolgreich einschätzen und hieran auch zukünftig anknüpfen wollen.

Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen, differenziert nach Anzahl bereits angebotener Maßnahmen



Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

VI.

Verbreitung familienfreundlicher Maßnahmen

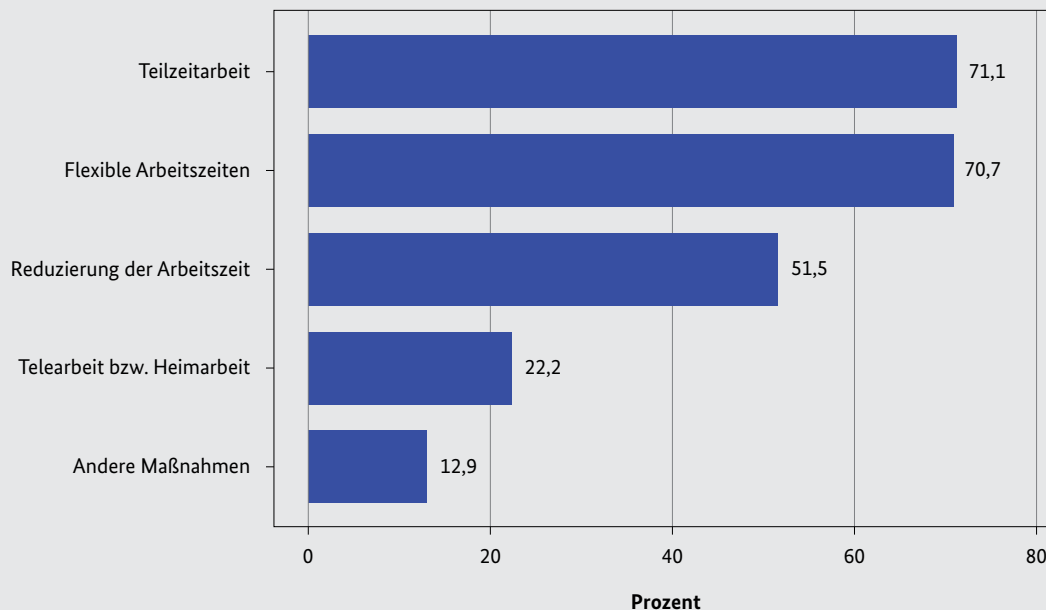
Die Handlungsbereitschaft kommt auch in der Breite der angebotenen Maßnahmen zur Geltung, wobei hier die Relevanz einzelner Maßnahmen innerhalb der folgenden fünf Handlungsfeldern von Interesse ist: Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung, Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern, Maßnahmen zur Kinderbetreuung, Maßnahmen für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen und Maßnahmen im Bereich Familienservice.

Am Kriterium „mindestens eine Maßnahme“ gemessen liegen die Anteile der Unternehmen, die in den einzelnen Handlungsfeldern etwas zur Familienfreundlichkeit beizutragen haben, relativ hoch. An der Maßnahmenvielfalt gemessen sieht dies dann anders aus:

6.1 Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung

- Die weiteste Verbreitung finden Maßnahmen zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung: Neun von zehn Unternehmen (91 Prozent) offerieren mindestens eine Maßnahme in diesem Handlungsfeld. Dazu zählen die Instrumente Teilzeitarbeit mit 71 Prozent, flexible Arbeitszeiten mit 70 Prozent. Die Hälfte der Unternehmen bietet die Möglichkeit, vorübergehend die Arbeitszeit zu reduzieren (52 Prozent).
- An dritter Stelle (22 Prozent) rangiert Tele- und Heimarbeit, die allerdings nicht in allen Wirtschaftszweigen ohne Weiteres angeboten werden kann. In Branchen, in denen Kundenkontakte die Präsenz der Beschäftigten erfordern, war zu erwarten, dass Tele- und Heimarbeit weniger verbreitet ist. So wird diese Maßnahme im Gastgewerbe (8 Prozent) oder im Handel (26 Prozent) wesentlich seltener angeboten als in den wissensintensiven Dienstleistungen (39 Prozent).
- Darüber hinaus bot die Befragung den Unternehmen die Möglichkeit, weitere Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung zu nennen. Hier wurde insbesondere seitens der kleineren Migrantenunternehmen stark betont, dass sich die praktizierten Unterstützungsschritte weniger einem formellen Plan zuordnen ließen, sondern oftmals auf spontanen Vereinbarungen beruhen.

Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung

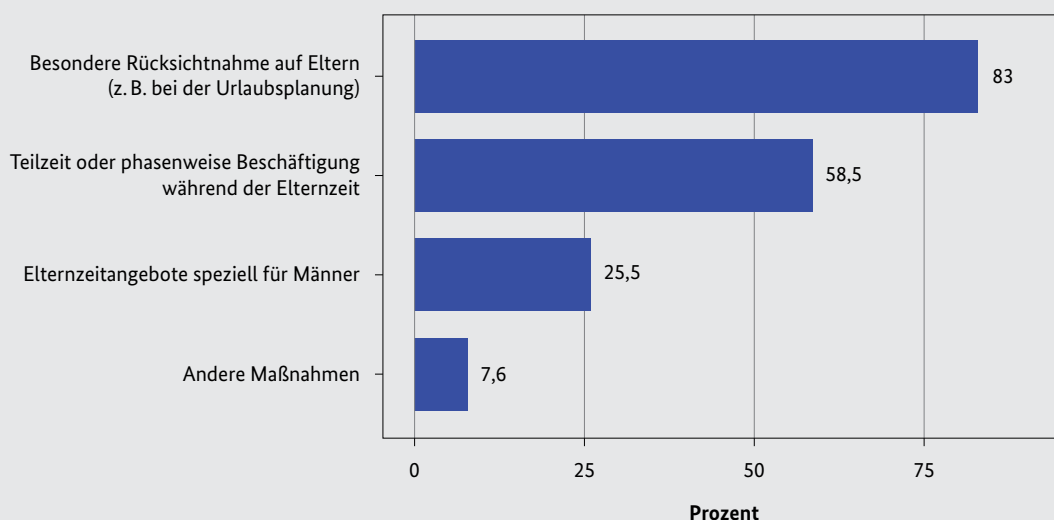


Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

6.2 Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern (Elternförderung)

- Ein hoher Anteil an Unternehmen (88 Prozent) unterstützt Beschäftigte mit mindestens einem Angebot im Handlungsfeld „Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern“, etwa durch besondere Rücksichtnahme (83 Prozent) oder eine modifizierte Beschäftigungsform während der Elternzeit (58,5 Prozent).
- Elternzeitangebote speziell für Männer sind dagegen in wesentlich geringerem Maß verbreitet. Diese werden von einem Viertel der Unternehmen zumindest offeriert.

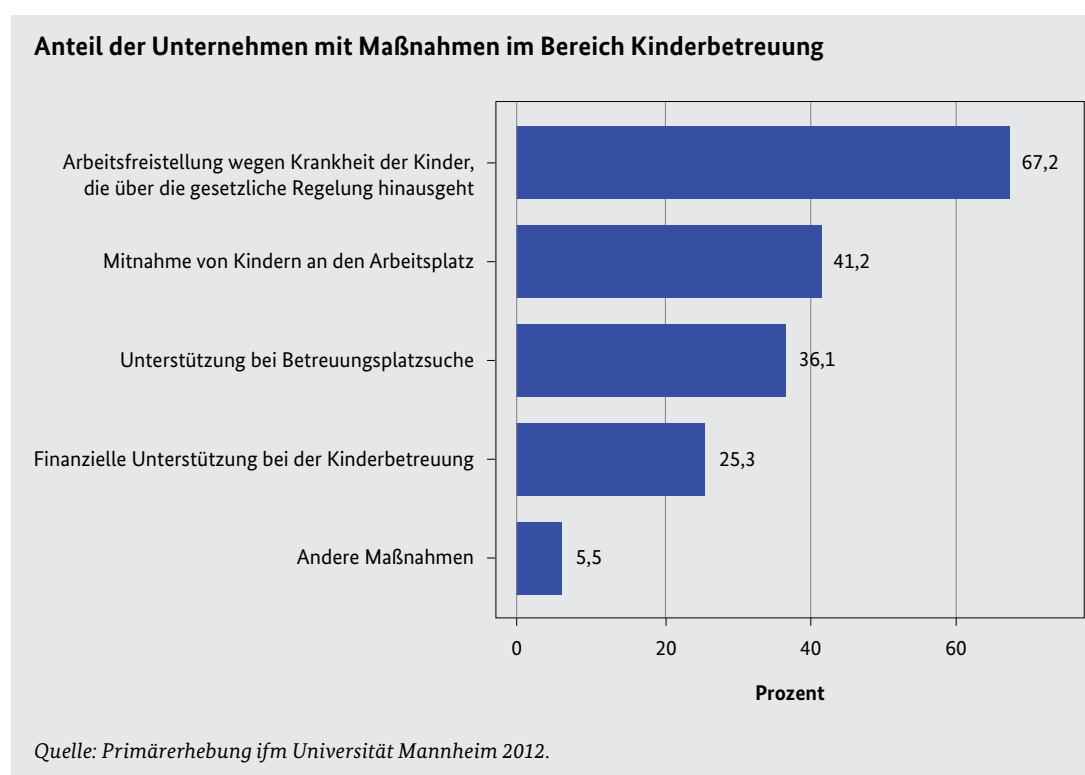
Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern/in Elternzeit



Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

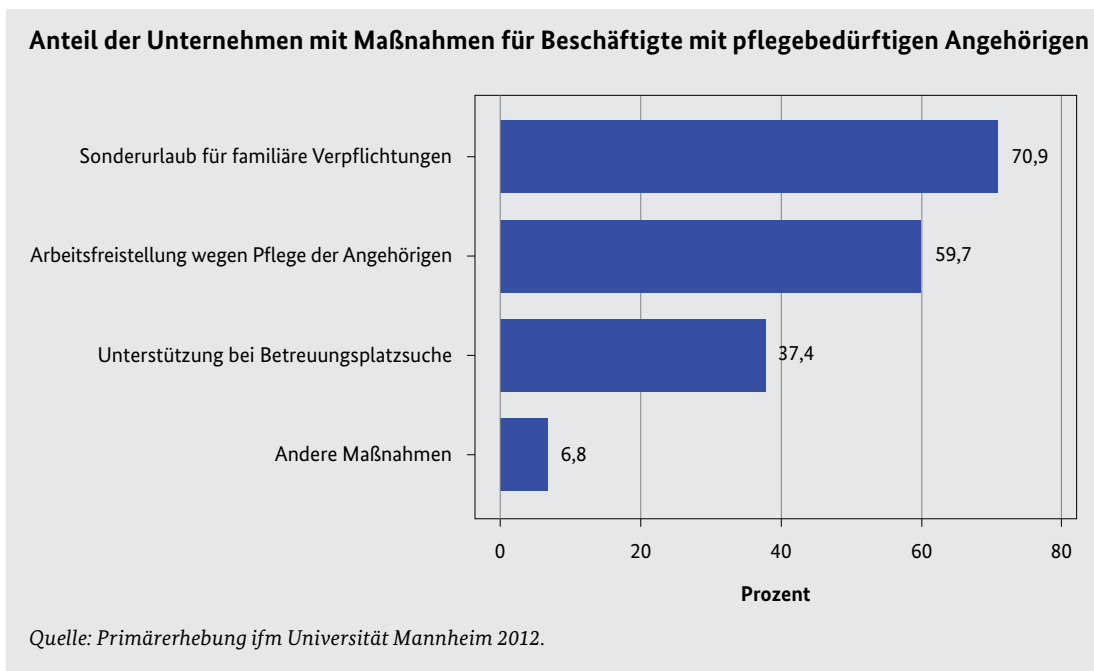
6.3 Maßnahmen zur Kinderbetreuung

Mindestens ein Angebot zur Unterstützung der Kinderbetreuung bieten etwas mehr als acht von zehn Migrantenunternehmen (82 Prozent). Im Krankheitsfall von Kindern ermöglichen zwei Drittel aller Migrantenunternehmen (67 Prozent) ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Arbeitsfreistellungen, die über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen. Weitere Maßnahmen in diesem Handlungsbereich sind von wesentlich geringerer Relevanz. So ist es nur in weniger als der Hälfte (41 Prozent) der Unternehmen möglich, betreuungsbedürftige Kinder mit an den Arbeitsplatz zu bringen. Ein Drittel der Unternehmen (36 Prozent) unterstützt ihre Beschäftigten bei der Suche nach einem Betreuungsplatz für ihre Kinder; ein Viertel (25 Prozent) leistet darüber hinaus finanzielle Unterstützung bei der Kinderbetreuung.



6.4 Maßnahmen für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen

Ähnlich weit verbreitet (80 Prozent) ist die Unterstützung für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen. So ist Sonderurlaub für die Pflege von Angehörigen in 70 Prozent der Unternehmen die Regel, Arbeitsfreistellungen werden in 60 Prozent der Unternehmen gewährt. Bei der Suche nach Betreuungsplätzen von Angehörigen unterstützen 37 Prozent der Unternehmen ihre Beschäftigten.

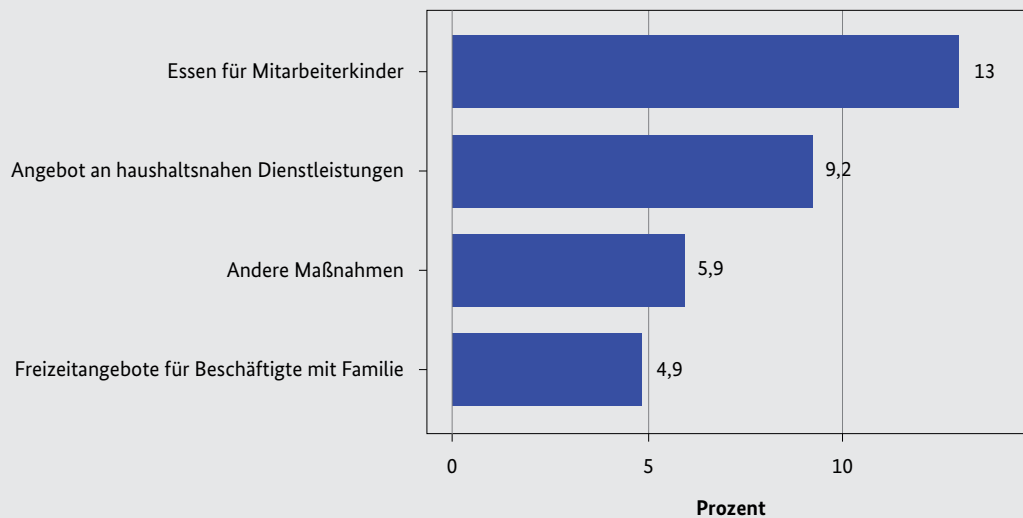


6.5 Maßnahmen im Bereich Familienservice

In geringerem Umfang (24 Prozent) finden sich Angebote im Bereich familienorientierter Dienstleistungen. Hinsichtlich der Anteilswerte ist zu beachten, dass hier nur Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten befragt werden konnten.⁷ Die am häufigsten genannte Maßnahme (13 Prozent) ist „Essen für Mitarbeiterkinder“. Hier muss jedoch erwähnt werden, dass zwei Drittel der Unternehmen, die diese Serviceleistung anbieten, dem Gastgewerbe zuzuordnen sind. Sonstige haushaltsnahe Dienstleistungen, wie Putzen, Gartenarbeit, Hol- und Bringdienste, werden von neun Prozent der Unternehmen angeboten, Freizeitangebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und vergleichbare Maßnahmen von höchstens jedem zwanzigsten Unternehmen (fünf Prozent).

⁷ Da haushaltsnahe Dienstleistungen oder Freizeitangebote für die Beschäftigten in Kleinunternehmen äußerst unwahrscheinlich sind, wurden diese nicht mit diesbezüglichen Fragen konfrontiert.

Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich Familienservice (nur Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten)



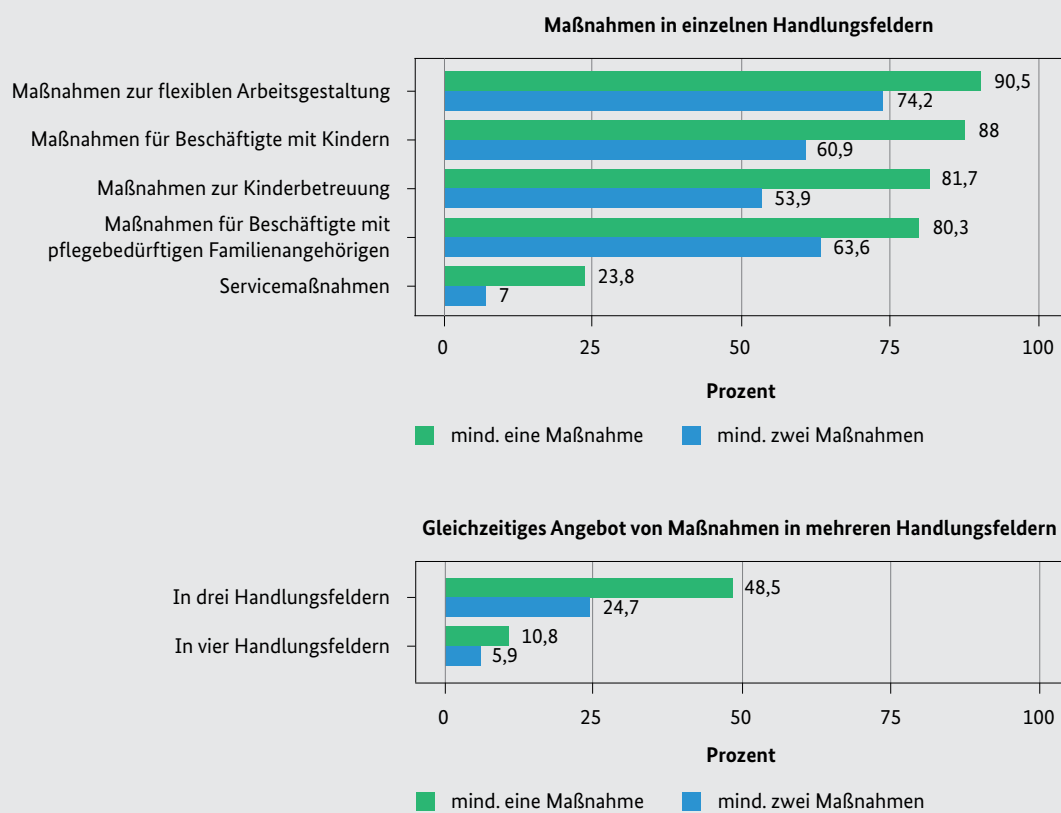
Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

6.6 Vielfalt der angebotenen Maßnahmen

Geht man davon aus, dass eine effektive familienfreundliche Personalpolitik gleichzeitig mehrere Handlungsfelder umfassen muss, um den diversen Bedürfnissen der Beschäftigten gerecht zu werden, dann zeigt sich folgendes Bild:

- In Migrantenunternehmen besteht noch Potenzial, was die Breite und die Vielfalt familienfreundlicher Maßnahmen angeht. Nur die Hälfte (49 Prozent) aller Migrantenunternehmen ist derzeit in der Lage, mindestens eine Maßnahme in drei Handlungsfeldern gleichzeitig anzubieten, und lediglich jedes zehnte Unternehmen (11 Prozent) kann diesen Anspruch in mindestens vier Handlungsfeldern erfüllen. Würde man jeweils mindestens zwei Maßnahmen einfordern, schwinden die Prozentsätze weiter.
- Hinsichtlich der Dichte ergriffener Maßnahmen sind nur geringfügige Unterschiede zwischen einzelnen Herkunftsgruppen zu erkennen. Soweit Diskrepanzen deutlich werden, sind die Unterschiede weniger auf die ethnische Herkunft der Entscheidungsträgerinnen und -träger, sondern auf die variierenden betrieblichen Strukturen zurückzuführen.

Anteil der Unternehmen mit mindestens einer Maßnahme/zwei Maßnahmen in den fünf Handlungsfeldern familienfreundlicher Unternehmenspolitik



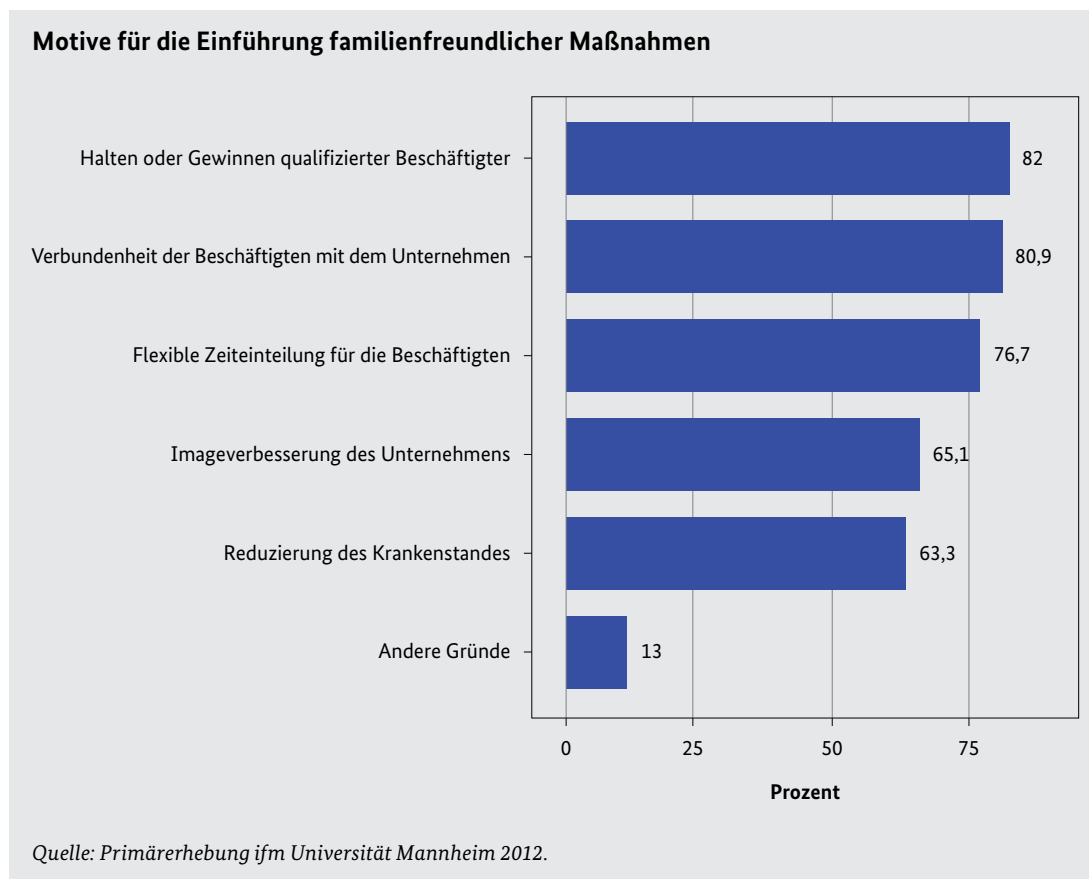
Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

VII.

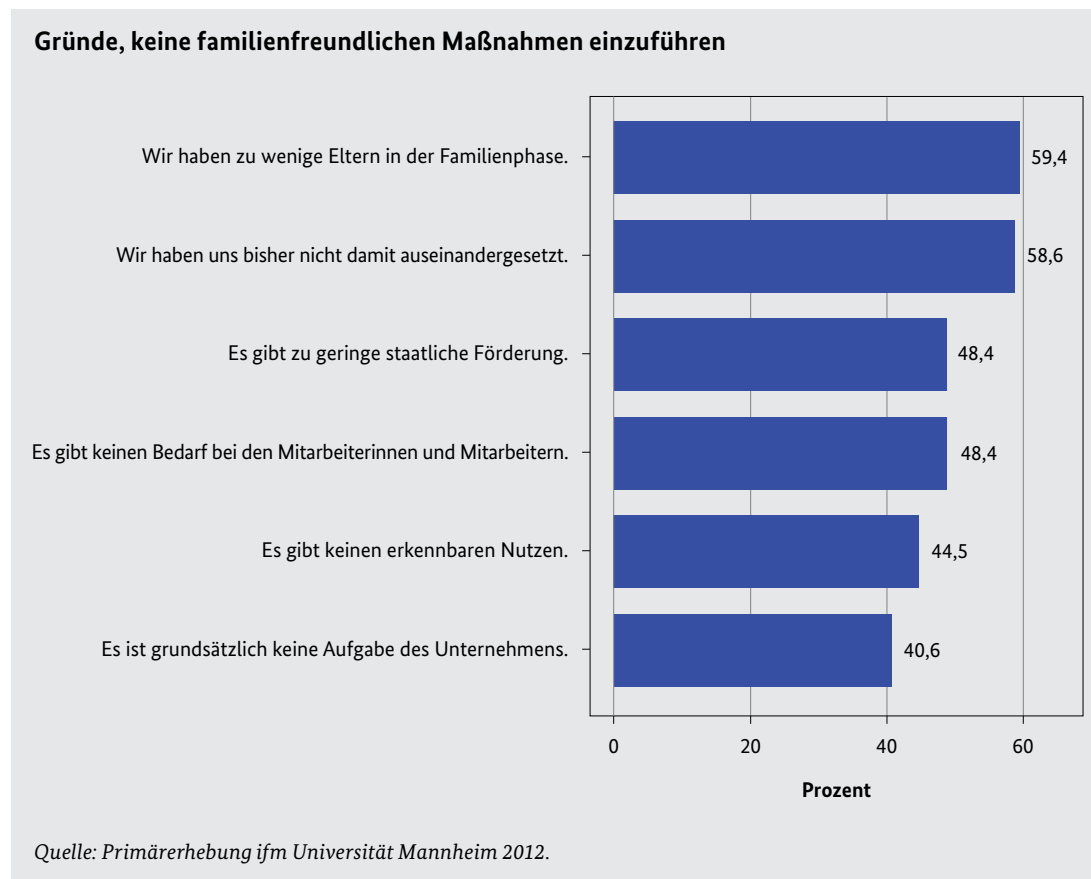
Motive und Gründe der Unternehmen für bzw. gegen familienfreundliche Maßnahmen

Betrachtet man die Motive und Gründe, die Migrantenunternehmen dazu bewegen, Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ergreifen bzw. keine familienbewusste Personalpolitik zu verfolgen, so ergibt sich folgendes Bild:

- Acht von zehn Unternehmen nennen als wichtigste Gründe für die Einführung von Maßnahmen das „Halten und Gewinnen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“ sowie die „stärkere Verbundenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen“. Dies sind vorrangig betriebswirtschaftliche Überlegungen, die zeigen, dass auch die Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen mit Migrationshintergrund Vereinbarkeitsmaßnahmen als ein Instrument zur Steigerung der Produktivität und Attraktivität des Unternehmens sehen; beispielsweise dann, wenn es um die Rekrutierung von Beschäftigten geht.
- Hingegen lässt sich aus dem Motiv, den „Beschäftigten eine flexible Zeiteinteilung zu ermöglichen“, welches immerhin von drei Vierteln der Befragten angegeben wurde, eher ein Stück soziale Verantwortung oder eine Fürsorgepflicht gegenüber den Beschäftigten ablesen.



Als Gründe gegen die Einführung von familienfreundlichen Maßnahmen wurde an vorderster Stelle genannt, dass es im Unternehmen zu wenige Eltern in der Familienphase gäbe, gefolgt von dem Argument, dass sich die Unternehmensleitung noch nicht mit dem Thema auseinandergesetzt habe. Die Hälfte der Befragten ist der Ansicht, es fehle an staatlicher Förderung und auch am Bedarf bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (jeweils 48 Prozent). Knapp 45 Prozent sehen in familienfreundlichen Maßnahmen keinen erkennbaren Nutzen und knapp 41 Prozent geben an, Familienfreundlichkeit sei grundsätzlich keine Aufgabe eines Unternehmens.



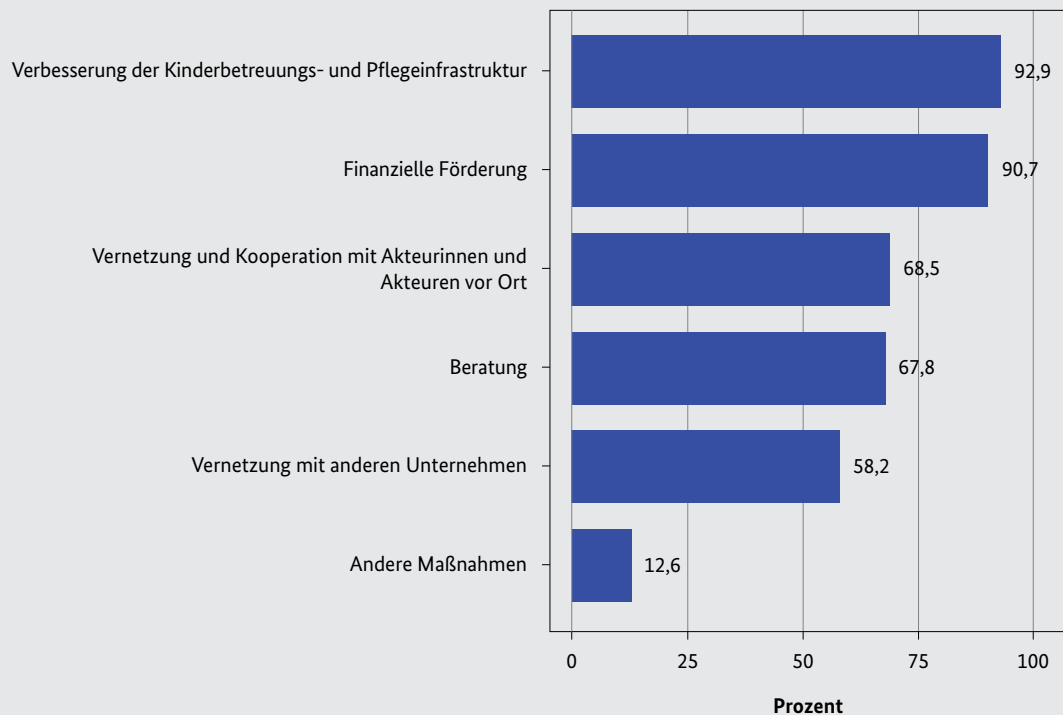
VIII.

Bedürfnisse und Unterstützungsbedarf

Zunächst mit Blick auf die Bedürfnisse und den Unterstützungsbedarf sind die befragten Migrantenunternehmen deutlich in zwei Teile gespalten, denn genau die Hälfte aller Befragten wünscht sich „mehr Unterstützung bei der Realisierung von familienfreundlichen Maßnahmen“. Folglich ist von Interesse, welche Art von Unternehmen Unterstützung verlangt und zudem, wie diese Hilfestellung aussehen soll:

- Ganz offensichtlich hängt der Wunsch nach öffentlicher Unterstützung nur in geringem Maße von den Ressourcen, der Struktur und dem Umfeld der Unternehmen ab. Denn die befürwortenden und ablehnenden Betriebe unterscheiden sich weder in Bezug auf die Unternehmensgröße noch hinsichtlich anderer Strukturvariablen. Einzig der Wirtschaftszweig scheint eine gewisse Rolle zu spielen, da der Unterstützungsbedarf im produzierenden Gewerbe deutlich geringer als in einigen Dienstleistungsbereichen ist.
- Einen Beistand wünschen sich nicht nur Unternehmen, die bislang noch wenige Maßnahmen angeboten haben, sondern zu sogar leicht höherem Anteil diejenigen, die bereits überdurchschnittlich aktiv geworden sind. Dies unterstreicht den Befund, dass viele Unternehmen ihre Angebote sowohl noch zu verbessern als auch auszuweiten wünschen und daher der Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine wachsende Bedeutung zuschreiben.
- Migrantenunternehmen wünschen sich mehr Unterstützung bei der Umsetzung von familienfreundlichen Maßnahmen: Neben der „Verbesserung der Kinderbetreuungs- und Pflegeinfrastruktur“ (93 Prozent) und einer „finanziellen Unterstützung“ (91 Prozent), wird vor allem auch eine Unterstützung durch bessere Vernetzung und Kooperation mit Akteurinnen und Akteuren vor Ort (69 Prozent) und mit anderen Unternehmen (58 Prozent) sowie durch Beratung (68 Prozent) genannt.

Bereiche, in denen mehr Unterstützungsbedarf gewünscht ist



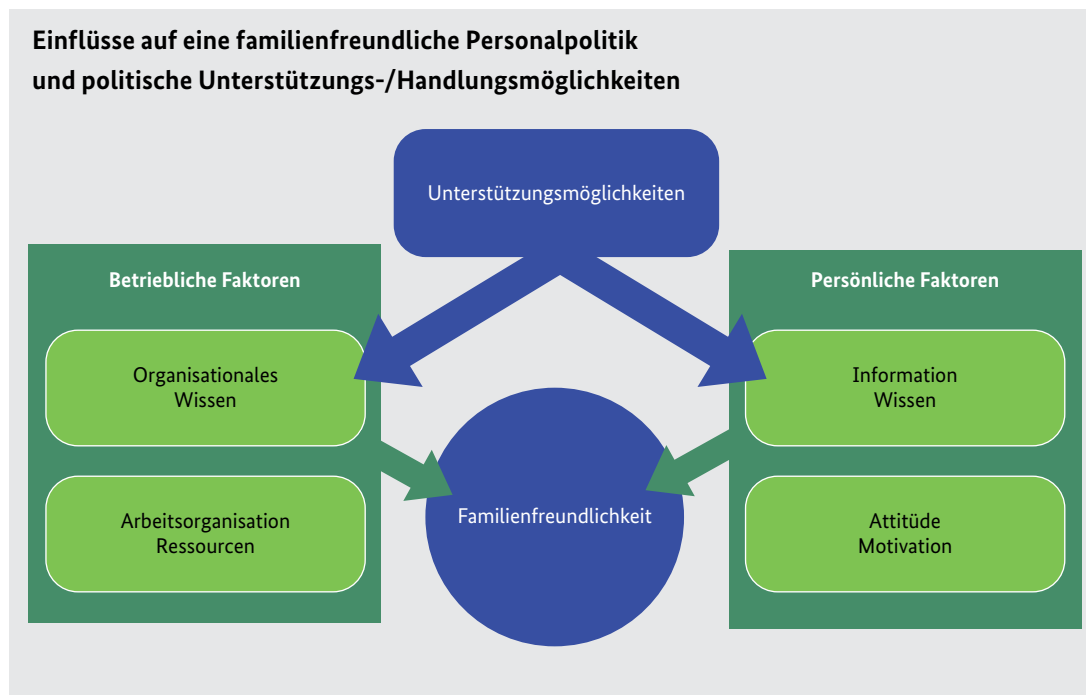
Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

- Hinsichtlich der Reihenfolge der Bedeutung der genannten Unterstützungsfelder zeigen sich kaum Unterschiede zwischen einzelnen Herkunftsgruppen.

Welche Faktoren im Einzelnen das Engagement der Unternehmen in Richtung Familienfreundlichkeit erhöhen, lässt sich besser erkennen, wenn man zusätzlich die Vielzahl objektiver Einflussfaktoren bemisst. Dazu zählen insbesondere betriebsstrukturelle Faktoren sowie die persönlichen Merkmale der Entscheidungsträgerinnen und -träger. Zieht man hier gleichzeitig die Besonderheiten von Migrantenunternehmen zurate, wird zudem ersichtlich, welche Relevanz einzelne Faktoren im Hinblick auf den politischen Handlungsbedarf besitzen:

- Unter den strukturellen Faktoren wird die Familienfreundlichkeit vor allem durch die Unternehmensgröße und die Wissensintensität der Tätigkeit beeinflusst. Dies sind allerdings auch Einflussgrößen, von denen Migrantenunternehmen weniger als die „einheimischen“ Unternehmen profitieren, da ihre Beschäftigtenzahl durchschnittlich kleiner und ihre Performance auch seltener wissensintensiv ausgerichtet ist.
- Entscheidend sind ferner die organisationalen Lernprozesse in Form von Erfahrungen, die ein Unternehmen infolge der Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik, etwa durch die familiär bedingten Auszeiten oder Ausfälle der Beschäftigten, sammeln kann. Auch hier sind Migrantenunternehmen eher im Nachteil, da sie eher jüngere Betriebe haben und ihr Erfahrungshorizont entsprechend kleiner ist.

- | Allerdings konnte auch festgestellt werden, dass Unternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit in stärkerem Maße familienpolitisch engagiert haben, nicht unbedingt in ihren Anstrengungen nachlassen. Im Gegenteil: Es sind vor allem die Migrantenunternehmen mit einer überdurchschnittlichen Zahl familienfreundlicher Angebote, die davon ausgehen, dass diese in Zukunft auch wichtiger für ihre Personalpolitik werden. Dies belegt, dass die Unternehmen von solchen Maßnahmen profitieren.
- | Die Familienfreundlichkeit von Migrantenunternehmen wird aber vor allem durch die persönlichen Merkmale der Entscheidungsträgerinnen und -träger, d. h. durch das Wissen, den Informationsstand und die damit einhergehenden Attitüden, beeinflusst. Diese formen die zugrunde liegenden Motivlagen. Die betriebswirtschaftlich motivierten Strategien weisen einen stark positiven Zusammenhang mit der Familienfreundlichkeit auf. Aber der Einfluss auf das Aktivitätsniveau ist deutlich stärker, wenn der Motivation eine an gesellschaftlichen Bedürfnissen orientierte Einstellung zugrunde liegt. Unter allen Faktoren erweist sich die soziale Verpflichtung gegenüber den Beschäftigten als die gewichtigste Einflussgröße.
- | Insgesamt betrachtet erzielen die persönlichen Merkmale der Entscheidungsträgerinnen und -träger, und darunter die an Wissen und Erfahrungen orientierten Einstellungen, stärkere Effekte in Richtung Familienfreundlichkeit als die betrieblichen Strukturmerkmale. Diese Feststellung ist besonders wichtig, weil hierdurch deutlich wird, wo die Hebel zur Unterstützung von Migrantenunternehmen vorrangig anzusetzen sind.



IX. Ausblick

Es lassen sich abschließend drei übergeordnete Erkenntnisse herausstellen:

- | *Erstens* hat – bedingt durch die kleinbetriebliche Struktur – nur etwas mehr als jedes zweite Migrantunternehmen Beschäftigte, die sich um Kinder oder andere Familienangehörige kümmern müssen. In der Gesamtsicht ändert dies allerdings nichts daran, dass die Beschäftigten in Migrantunternehmen in beachtlichem Maße vom Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf betroffen sind. Die soziodemografische Struktur der Beschäftigten spricht sogar dafür, dass hier noch dringlicher eine familienfreundliche Personalpolitik vonnöten ist.
- | *Zweitens* wird ersichtlich, dass Migrantunternehmen ihren Beschäftigten bereits zu einem ähnlich hohen Anteil wie Unternehmen insgesamt jeweils mindestens ein Angebot zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterbreiten. „Mindestens eine“ Maßnahme ist aber eine niedrige Messlatte und wäre ersichtlich zu wenig, um den diversen Lebenslagen und Bedürfnissen der Beschäftigten gerecht zu werden. Daher kommt es auf den Umfang und die Breite an Maßnahmen an. In diesem Punkt besteht in Migrantunternehmen vermutlich noch weiterer Bedarf.
- | *Drittens* sind die Erkenntnisse darüber, welche Faktoren eine familienfreundliche Personalpolitik bestimmen, von enormer Bedeutung für die Gestaltung und vor allem für die Ausrichtung politischer Initiativen zur Unterstützung von Migrantunternehmen. Denn sie weisen darauf hin, dass es weniger auf die – nur schwer veränderlichen – betrieblichen Strukturmerkmale von Migrantunternehmen als vielmehr auf das Wissen und den Informationsstand der Entscheidungsträgerinnen und -träger in diesen Unternehmen ankommt. Die Hebel zur Unterstützung von Migrantunternehmen und für die Gestaltung und Ausrichtung von politischen Handlungsmöglichkeiten sind vorrangig hier anzusetzen und liegen in den Bereichen „Wissen“, „Information“ und „Vernetzung“. Migrantunternehmen brauchen gezielte Unterstützung bei der praktischen Umsetzung von familienfreundlichen Maßnahmen, um ihren Beschäftigten eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ermöglichen. Damit das gelingt, bedarf es einer engeren Vernetzung von Migrantunternehmen mit familienpolitischen Akteurinnen und Akteuren und Initiativen.

X.

Datenbasis und Methodik

Für die Untersuchung wurden sowohl Sekundärdaten der amtlichen Statistik verwendet als auch eigene Primärdaten generiert. Die Primärdatengewinnung beruht auf einem Mix an quantitativen und qualitativen Methoden. Den Schwerpunkt bildete eine repräsentative telefonische Befragung von insgesamt 1.001 Unternehmerinnen und Unternehmern mit Migrationshintergrund. In Ergänzung zu der quantitativ ausgerichteten Befragung wurden zusätzlich fünf qualitative Interviews mit mittleren und größeren Migrantunternehmen (mit zwischen 50 und 1.500 Beschäftigten) durchgeführt, um das Wissen über Praktiken, Probleme und Lösungsansätze bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf auch in diesem Größenbereich zu vertiefen. Dieses Vorgehen ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass nur etwa zwei Prozent aller Migrantunternehmen mehr als 50 Beschäftigte haben.

Migrationshintergrund und Migrantunternehmen

Unter „Migrantunternehmen“ werden die Unternehmen von Selbstständigen verstanden, die einen Migrationshintergrund aufweisen. Es kann sich folglich nur um inhabergeführte Unternehmen handeln. Die der Untersuchung zugrunde liegende Definition von „Migrationshintergrund“ entspricht der des Statistischen Bundesamts. Hierzu zählen (1) Ausländerinnen und Ausländer, die entweder zugewandert oder in Deutschland geboren sind, sowie (2) Deutsche mit Migrationshintergrund, wozu vor allem Eingebürgerte (und Spätaussiedlerinnen und Spätaussiedler) sowie deren Kinder zählen, ferner die Nachfahren ausländischer Eltern.

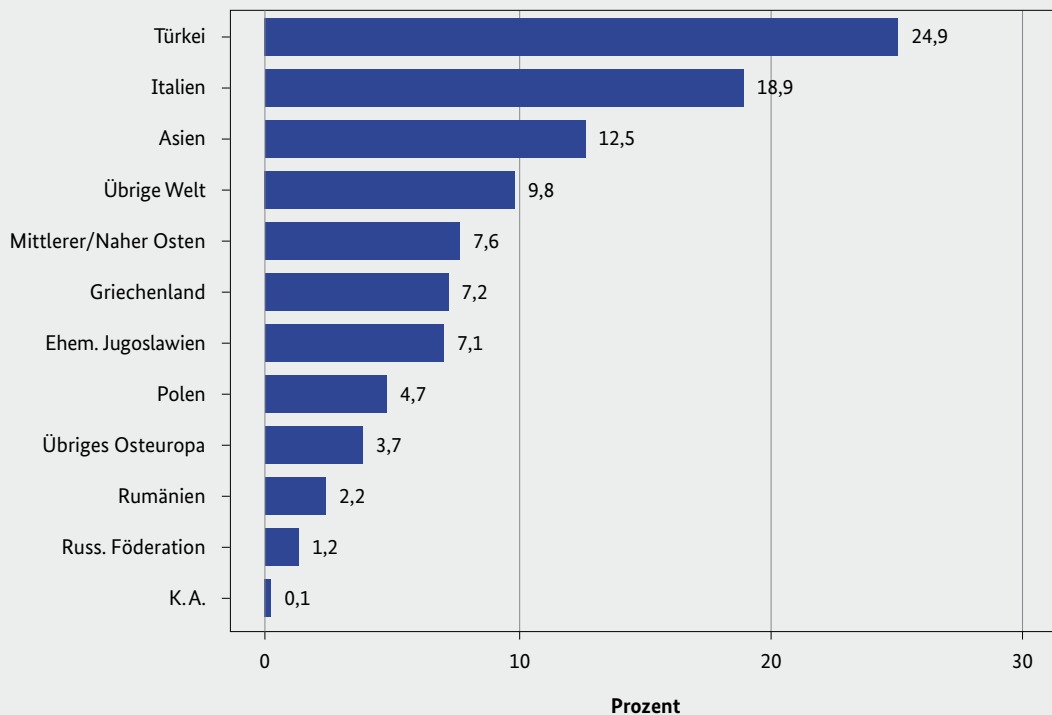
Primärerhebung

Zwischen Oktober und November 2012 wurde eine computergestützte telefonische Befragung (CATI) von über 1.000 Migrantunternehmen durchgeführt. Als Auswahlrahmen wurde das öffentliche Telefonverzeichnis (Festnetz und Mobilfunk) zugrunde gelegt.

Die Identifizierung von Unternehmensinhaberinnen und -inhabern mit Migrationshintergrund erfolgte im ersten Schritt über ein Zuweisungsverfahren auf Grundlage der Namensforschung (Onomastik). Im zweiten Schritt wurden die Informationen zum Migrationshintergrund während der Feldphase konkret abgefragt und verifiziert.

Insgesamt wurden 1.001 Interviews mit 898 Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und 103 Soloselbstständigen realisiert, die selbst oder deren Eltern aus 81 Ländern zugewandert sind. Betrachtet man nur die Mehrpersonunternehmen, dann wird das Ranking von Selbstständigen türkischer und italienischer Herkunft angeführt. Etwa ein Achtel stammt aus asiatischen Ländern. In starkem Maße unternehmerisch aktiv sind auch Migranten und Migrantinnen aus dem Nahen und Mittleren Osten. Der Anteil der von Frauen geführten Unternehmen beträgt 31 Prozent.

Herkunft der Inhaberinnen und Inhaber von Mehrpersonenunternehmen



Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

(Mehrpersonen-)Migrantenunternehmen	Primärerhebung %
Branchen	
Prod. Gew., Land-/Forstwirt.	4,1
Baugewerbe	5,5
Handel	18,1
Gastgewerbe	37,5
Wissensintensive DL	23,7
Nicht wissensintensive DL	11,1
Insgesamt	100,0
Beschäftigte	
1-4 Beschäftigte	62,1
5-9 Beschäftigte	23,3
10-49 Beschäftigte	13,3
Mehr als 50 Beschäftigte	1,3
Insgesamt	100,0

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Projektleitung:

Dr. René Leicht

Autorinnen und Autoren:

René Leicht, Stefan Berwing, Ralf Philipp, Lena Werner

Kontakt:

Institut für Mittelstandsforschung

Universität Mannheim

0621 1812894

www.ifm.uni-mannheim.de

leicht@ifm.uni-mannheim.de

berwing@ifm.uni-mannheim.de

philipp@ifm.uni-mannheim.de

werner@ifm.uni-mannheim.de

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung;
sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11018 Berlin
www.bmfsfj.de



Bezugsstelle:

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
Tel.: 030 182722721
Fax: 030 18102722721
Gebärdentelefon: gebaerdentelefon@sip.bundesregierung.de
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmfsfj.de

Für weitere Fragen nutzen Sie unser

Servicetelefon: 030 20179130

Montag–Donnerstag 9–18 Uhr

Fax: 030 18555-4400

E-Mail: info@bmfsfjservice.bund.de

Einheitliche Behördennummer: 115*

Zugang zum 115-Gebärdentelefon: 115@gebaerdentelefon.d115.de

Artikelnummer: 2BR108

Stand: Mai 2014, 2. Auflage

Gestaltung: www.avitamin.de

Bildnachweis Frau Schwesig: Bundesregierung/Denzel

Druck: Silber Druck oHG, Niestetal

* Für allgemeine Fragen an alle Ämter und Behörden steht Ihnen auch die einheitliche Behördenrufnummer 115 von Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 18.00 Uhr zur Verfügung. Diese erreichen Sie zurzeit in ausgesuchten Modellregionen wie Berlin, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen u. a.. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.115.de.