



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.



Fachkräfte sichern

Wie familienfreundlich sind KMU?

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Redaktion

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung
Düsseldorfer Straße 40
65760 Eschborn
www.kompetenzzentrum-fachkraeftesicherung.de

Autorinnen/Autoren:

Dr. Vera Erdmann, Dr. Susanne Seyda

Stand

August 2012

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Zusammenfassung

Die **Bedeutung betrieblicher Familienpolitik** unterscheidet sich zwischen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und Großunternehmen kaum – unabhängig von ihrer Größe geben acht von zehn Unternehmen in einer repräsentativen Unternehmensbefragung des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln an, dass Familienpolitik wichtig oder eher wichtig für das Unternehmen ist. Kleine Unternehmen weisen jedoch häufiger eine ausgesprochen familienfreundliche Einstellung auf als große Unternehmen, wenn die grundsätzliche Einstellung der Personalverantwortlichen und der unternehmensinterne Dialog mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum Thema familienfreundliche Maßnahmen betrachtet werden. Aufgrund der höheren Mitarbeiterzahl ist der **Bedarf an familienpolitischen Maßnahmen** in großen Unternehmen jedoch differenzierter als in kleinen oder mittleren Unternehmen. Das Spektrum an angebotenen Maßnahmen und daraus folgend auch die Anzahl der Maßnahmen sind daher in Großunternehmen größer als in KMU. Kleine und mittlere Unternehmen bieten zudem weniger Maßnahmen an, weil ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter häufiger keinen Bedarf an (weiteren) familienfreundlichen Maßnahmen anmelden.

Maßnahmen der Arbeitszeitflexibilisierung wie Telearbeit/Home Office, individuell vereinbarte Arbeitszeiten und flexible Tages- oder Wochenarbeitszeiten sind in allen drei Unternehmensgrößenklassen am weitesten verbreitet. KMU bieten hier – mit Ausnahme der Vertrauensarbeitszeit – alle Maßnahmen seltener an. Dafür nehmen kleine Unternehmen häufiger als mittlere und große Unternehmen besondere Rücksicht auf Bedürfnisse der Eltern, beispielsweise bei der Urlaubsplanung – eine Maßnahme, die zum Bereich Elternzeit/Elternförderung zählt. Auch hier bietet eine Mehrheit der Betriebe Maßnahmen an. Im Bereich der Kinder- und Angehörigenbetreuung sind insgesamt weniger Unternehmen aktiv. Die Arbeitsfreistellung bei Krankheit der Kinder wird von kleinen und großen Unternehmen gleich häufig angeboten. Markante Unterschiede zugunsten der Großen finden sich im Bereich betriebliche Kindergärten und weiterer Unterstützung bei der Kinderbetreuung. Im Bereich Familienservice engagieren sich die Unternehmen – unabhängig von ihrer Größe – selten, Freizeitangebote und Kantinenessen für Angehörige sind am weitesten in Großunternehmen verbreitet.

Die **Motive** für eine familienfreundliche Personalpolitik unterscheiden sich nur wenig zwischen den Betriebsgrößenklassen. Lediglich die schnelle Integration von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nach der Elternzeit und die Einhaltung gesetzlicher/tariflicher Vorgaben nennen kleine Unternehmen seltener.

Zu den wichtigsten **Hemmnissen** für (weitere) familienfreundliche Maßnahmen zählt bei den kleinen und mittleren Unternehmen, dass ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter keinen Bedarf anmelden. Kleine Unternehmen beklagen zudem seltener als andere Unternehmen, dass die Förderung zu gering, der Aufwand zu hoch oder die Geschäftslage ungünstig ist.

1. Was ist der Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit?

Der Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit ist eine Unternehmensbefragung des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln zum Thema familienfreundliche Personalpolitik. Befragt wurden dazu die Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer sowie Personalverantwortliche von 1319 Unternehmen. Neben der Anzahl der konkreten Maßnahmen zur Familienfreundlichkeit im Unternehmen wird nach der Bedeutung familienpolitischer Maßnahmen sowie nach Motiven und Hindernissen für Familienfreundlichkeit im Unternehmen gefragt. Die Befragung im Jahr 2009 wurde vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und der Robert-Bosch-Stiftung durchgeführt.

Die abgefragten familienfreundlichen Maßnahmen wurden vier Handlungsfeldern zugeordnet, in denen Unternehmen aktiv werden können, um eine bessere Balance zwischen Familienleben und beruflicher Tätigkeit herzustellen:

1. Im Rahmen des Handlungsfelds **Arbeitszeitflexibilisierung/Telearbeit** können Unternehmen die Voraussetzungen dafür verbessern, dass Beschäftigte berufliche Anforderungen und familiäre Pflichten beziehungsweise private Bedürfnisse flexibler aufeinander abstimmen können.
2. Mit sieben Maßnahmen im Handlungsfeld **Elternzeit/Elternförderung** kann gewährleistet werden,

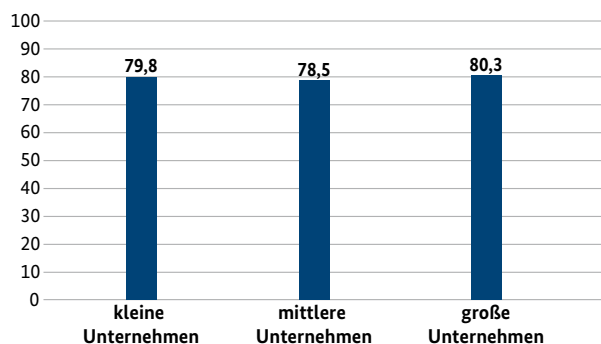
dass Beschäftigte nach einer kindbedingten Erwerbsunterbrechung schnell und reibungslos wieder in den Beruf einsteigen können. Unternehmen können mithilfe der Maßnahmen auch einen Beitrag dazu leisten, dass sich Beschäftigte eher für eine Familiengründung entscheiden.

3. Das Handlungsfeld **Kinder- und Angehörigenbetreuung** umfasst Maßnahmen, mit denen die Erwerbstätigkeit von Eltern oder Personen mit pflegebedürftigen Angehörigen gefördert werden kann.
4. Schließlich erfasst das Handlungsfeld **Familien-service** familienorientierte Dienstleistungen, die die Unternehmen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie deren Familien zusätzlich anbieten können. Dazu zählen beispielsweise Freizeitangebote für Beschäftigte und Angehörige oder die Vermittlung von haushaltsnahen Dienstleistungen. Auf diese Weise kann die Attraktivität des Unternehmens erhöht werden.

2. Welche Bedeutung hat Familienfreundlichkeit für Unternehmen?

Die Bedeutung des Themas Familienfreundlichkeit für das Unternehmen unterscheidet sich im Wesentlichen nicht nach Unternehmensgröße. Dabei wurden drei

Abb. 1: Stellenwert von betrieblicher Familienpolitik
Welche Bedeutung hat die Familienpolitik für das Unternehmen? Unternehmen, die mit „wichtig“ oder „eher wichtig“ geantwortet haben, in Prozent



Rest zu 100: „eher unwichtig“/„unwichtig“

Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

Unternehmensklassen berücksichtigt: kleine Unternehmen mit 1 bis 49 Mitarbeitern, mittlere Unternehmen mit 50 bis 249 Mitarbeitern und große Unternehmen mit 250 und mehr Mitarbeitern. In der Mehrzahl der Unternehmen – in acht von zehn – kommt der Familienfreundlichkeit eine wichtige oder eher wichtige Rolle zu (Abbildung 1).

Eine familienfreundliche beziehungsweise familienbewusste Personalpolitik basiert auf einem mehrdimensionalen Verständnis. Dabei kann zwischen den drei Hauptdimensionen Kultur, Dialog und Leistung differenziert werden (Schneider et al. 2008):

- Familienfreundlichkeit äußert sich erstens in einem Unternehmen durch die **Akzeptanz** von familiären Verpflichtungen der Beschäftigten und des daraus folgenden Führungsverhaltens. Hierzu zählt auch, wie die Familienfreundlichkeit in der Unternehmenskultur verankert ist (Kultur).
- Zweitens spiegelt Familienfreundlichkeit die **Informationsprozesse** zwischen Geschäftsführung und Belegschaft über Bedürfnisse und Angebote an familienfreundlichen Maßnahmen wider (Dialog).
- Drittens umfasst sie das **Angebot** an personalpolitischen Maßnahmen.

Im Rahmen des Unternehmensmonitors Familienfreundlichkeit wurden die Dimensionen Dialog und Kultur unter der Überschrift „Einstellung der Geschäftsleitung“ gemeinsam abgefragt.

Familienfreundlichkeit des Unternehmens umfasst vor diesem Hintergrund zwei Dimensionen:

- die grundsätzliche Einstellung der Geschäftsführung zum Thema Familienfreundlichkeit und
- das aktive personalpolitische Handeln gemessen an der Anzahl und der Art der angebotenen Maßnahmen.

Tabelle 1: Einstellung der Unternehmen zum Thema Familienfreundlichkeit

Anteil der Unternehmen, die der jeweiligen Aussage voll oder eher zustimmen, nach Unternehmensgröße, in Prozent

	Kleine	Mittlere	Große
Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in unserem Unternehmen eine Selbstverständlichkeit.	89,5	82,8	82,6
Mitarbeiter mit Betreuungspflichten haben die gleichen Entwicklungs- und Aufstiegschancen wie Mitarbeiter ohne Familienpflichten.	85,2	88,5	84,9
Die Geschäftsleitung befragt die Mitarbeiter regelmäßig über ihre Bedürfnisse zur Vereinbarkeit zwischen Beruf und Familie.	46,1	32,7	28,6
Die Mitarbeiter werden regelmäßig von der Geschäftsleitung über das Angebot an familienfreundlichen Maßnahmen informiert.	37,2	37,6	42,1
Die Mitarbeiter und ihre Interessenvertretung sind kontinuierlich in die Gestaltung des Angebots an familienfreundlichen Maßnahmen mit eingebunden.	49,3	50,4	63,4

Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

2.1 Die Einstellung zum Thema Familienfreundlichkeit

Um die Einstellung der Unternehmen zum Thema Familienfreundlichkeit zu analysieren, wurden die Personalverantwortlichen zunächst gebeten, zu fünf Aussagen Stellung zu beziehen, die die unterschiedlichen Facetten davon widerspiegeln, wie das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ Eingang in die Unternehmenskultur gefunden hat (Tabelle 1).

Bei der grundsätzlichen Einstellung der Personalverantwortlichen zur Familienfreundlichkeit zeigt sich, dass sich ihre Einstellungen nicht grundsätzlich nach Unternehmensgrößenklasse unterscheiden. Knapp 90 Prozent der kleinen Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass die Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine Selbstverständlichkeit darstellt. Sie schneiden somit besser ab als mittlere und große. Bei der Zustimmung zur Aussage, dass gleiche Aufstiegs- und Entwicklungschancen bestehen, liegen hingegen die mittleren Unternehmen vorne und kleine und große Unternehmen sind nahezu gleichauf.

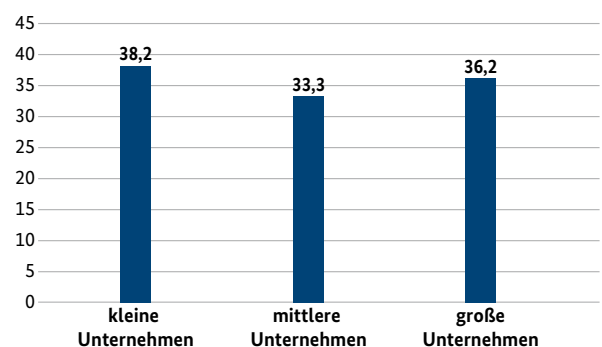
Die nächsten drei Aussagen betreffen den Abstimmungsprozess zwischen Unternehmensführung und Belegschaft bezüglich der familienfreundlichen Maßnahmen. Hier zeigen sich Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößenklassen. Dabei zeigt sich, dass in fast der Hälfte der kleinen Unternehmen die Geschäftsleitung die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig nach ihren Bedürfnissen befragt. Diese regelmäßige Befragung gibt es in mittleren und großen Unternehmen deutlich seltener. Dafür informiert ein größerer Teil der großen Unternehmen die Belegschaften regel-

mäßig über familienfreundliche Maßnahmen, während es in KMU nur gut 37 Prozent sind. Den größten Vorsprung haben große Unternehmen jedoch bei der Einbindung der Beschäftigten und ihrer Interessenvertretung bei der Gestaltung des familienfreundlichen Angebots. Hier sind 63,4 Prozent der großen Unternehmen aktiv. Dies liegt auch daran, dass große Unternehmen häufiger über eine institutionalisierte Mitarbeitervertretung verfügen als KMU. Dennoch stimmt auch etwa die Hälfte der kleinen und mittleren Unternehmen dieser Aussage zu.

Fasst man diese fünf Aussagen nun zu „Unternehmen mit ausgesprochen familienfreundlicher Einstellung“ zusammen, so zeigt sich, dass kleine Unternehmen sogar häufiger ausgeprägt familienfreundlich sind als große. Mittlere Unternehmen bilden bei dieser Betrachtung das Schlusslicht (Abbildung 2).

Abb. 2: Ausgesprochen familienfreundliche Einstellung

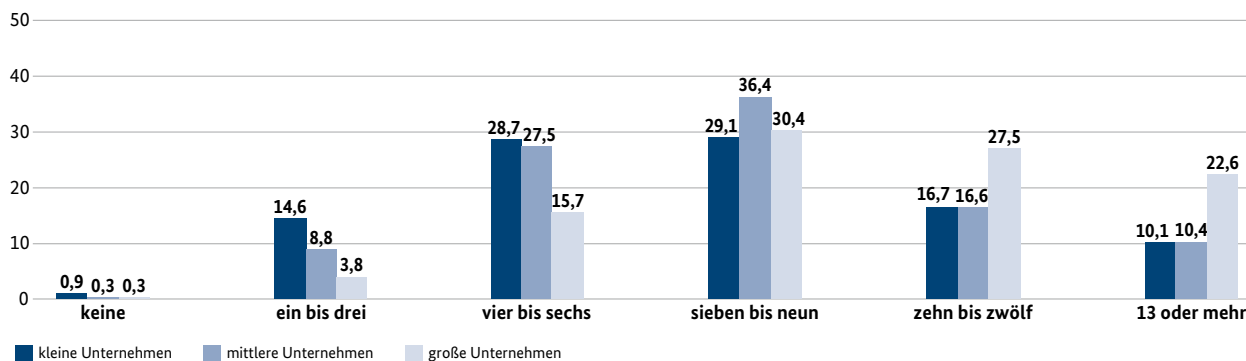
Anteil der Unternehmen mit ausgesprochen familienfreundlicher Einstellung, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

Abb. 3: Anzahl familienfreundlicher Maßnahmen

Anteil der Unternehmen, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

2.2 Das Angebot an familienfreundlichen Maßnahmen

Im Jahr 2009 hat nahezu jedes der befragten Unternehmen familienfreundliche Maßnahmen angeboten – unabhängig von der Unternehmensgröße (Abbildung 3). Weniger als ein Prozent der Unternehmen haben keine Maßnahme angeboten. Familienfreundlichkeit ist den deutschen Unternehmen also wichtig. Dies zeigt sich auch daran, dass trotz der schwersten Wirtschaftskrise seit Gründung der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2009 sich nur sieben Prozent aller Unternehmen gezwungen sahen, ihr familienpolitisches Engagement zu reduzieren.

Wird die Anzahl familienfreundlicher Maßnahmen betrachtet, wird deutlich, dass zwar fast alle kleinen und mittleren Unternehmen familienfreundliche Maßnahmen anbieten, es zahlenmäßig jedoch weniger sind als in Großunternehmen. Die meisten Unternehmen aller drei Größenklassen bieten sieben bis neun Maßnahmen an. Weniger Maßnahmen werden eher von kleinen und mittleren Unternehmen angeboten, mehr Maßnahmen eher von Großunternehmen. So findet man ein bis drei Maßnahmen in knapp 15 Prozent der kleinen Unternehmen, in etwa 9 Prozent der mittelgroßen Unternehmen und nur in gut 4 Prozent der großen Unternehmen. 13 oder mehr Maßnahmen bieten knapp 23 Prozent aller Großunternehmen an, jedoch nur 10 Prozent der KMU.

Ein wichtiger Erklärungsgrund für das geringere Angebot in kleinen und mittleren Unternehmen liegt in dem geringeren Bedarf an familienpolitischen Maß-

nahmen. Je weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Unternehmen hat, desto geringer ist ceteris paribus der Anteil an Beschäftigten mit Familienpflichten. Aufgrund der höheren Mitarbeiterzahl ist der Bedarf an familienpolitischen Maßnahmen in großen Unternehmen zudem differenzierter als in kleinen oder mittleren Unternehmen. Das bestätigt auch ein Blick auf die Hemmnisse für mehr familienfreundliche Maßnahmen. So gaben 40,3 Prozent der kleinen Unternehmen an, dass sie keine Notwendigkeit für (mehr) Maßnahmen sehen und in knapp 61 Prozent der Fälle gaben die Unternehmerinnen und Unternehmen an, dass in der Belegschaft kein Bedarf vorhanden ist.

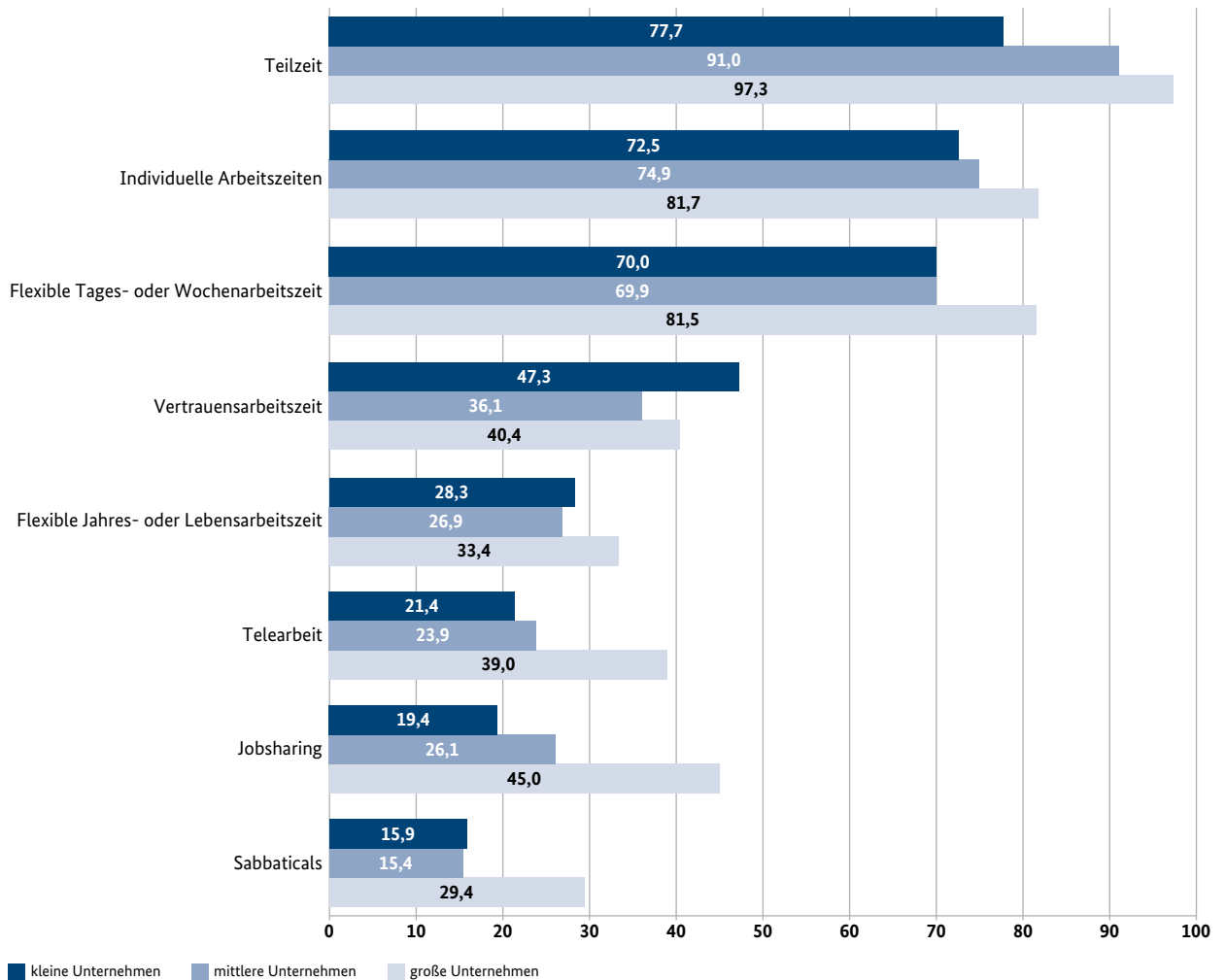
3. Wie verbreitet sind familienfreundliche Maßnahmen?

Von allen Maßnahmen am häufigsten angeboten werden Maßnahmen im Handlungsfeld Arbeitszeitflexibilisierung/Telearbeit. Besonders verbreitet sind Teilzeitangebote, individuell vereinbarte Arbeitszeiten und eine flexible Tages- und Wochenarbeitszeit. Dies gilt generell für alle Unternehmensgrößenklassen (Abbildung 4).

Dennoch werden alle Maßnahmen – mit Ausnahme der Vertrauensarbeitszeit – in Großunternehmen häufiger angeboten als in kleinen und mittleren Unternehmen. Das Angebot, in Teilzeit zu arbeiten, ist in allen Unternehmensgrößenklassen am weitesten verbreitet. Dennoch bestehen hier erhebliche Unterschiede zwischen kleinen, mittleren und großen Unternehmen. Während

Abb. 4: Maßnahmen im Bereich der Arbeitszeitflexibilisierung/Telearbeit

Anteil der Unternehmen, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

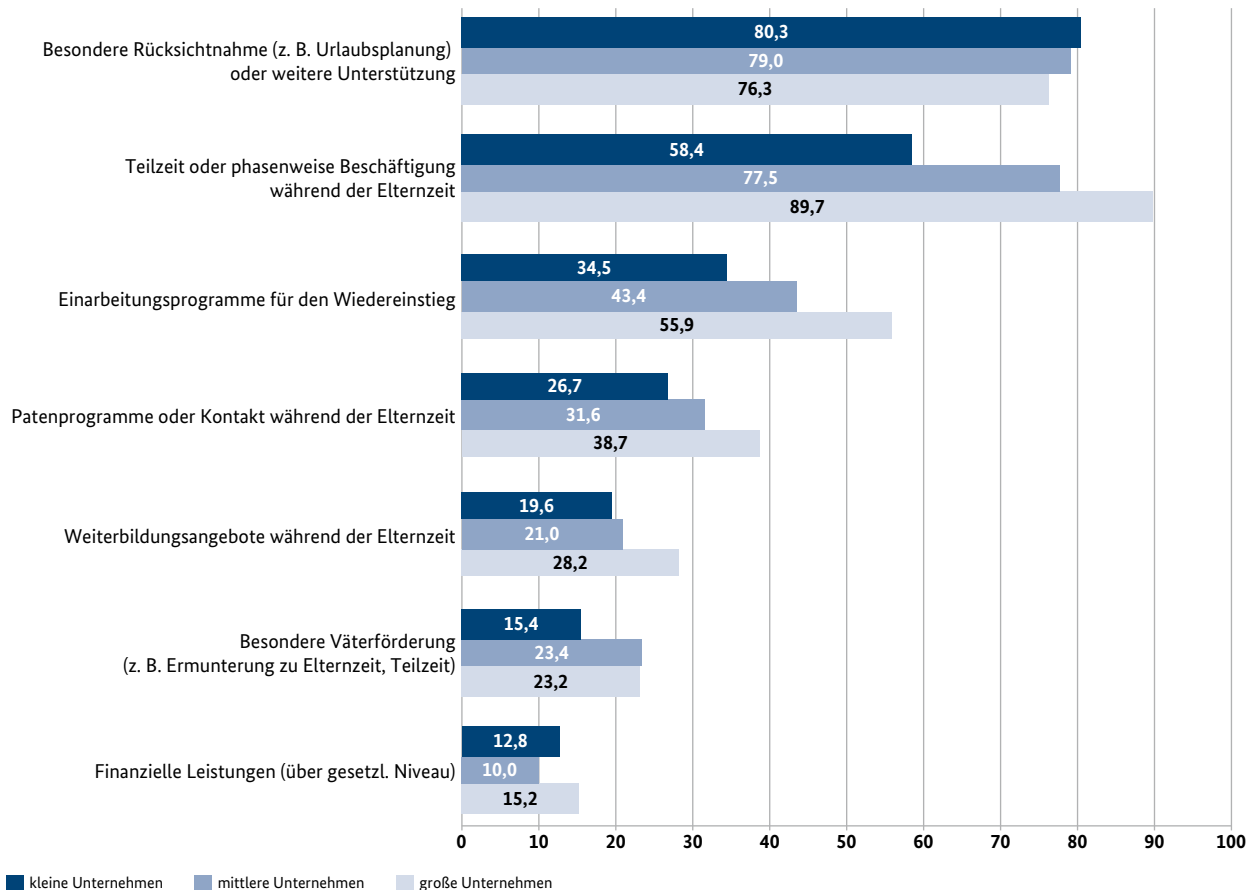
nahezu alle Großunternehmen und über 90 Prozent der mittleren Unternehmen Teilzeit anbieten, sind es nur knapp 78 Prozent der kleinen Unternehmen. Etwas geringer sind die Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen bei den individuellen Arbeitszeiten und der flexiblen Wochenarbeitszeit. Auch flexible Jahres- oder Lebensarbeitszeiten finden sich in Großunternehmen häufiger als in KMU, dennoch sind die Unterschiede hier nicht enorm.

Aber auch bei den weniger weit verbreiteten Maßnahmen zeigen sich große Unterschiede zwischen KMU und Großunternehmen. Kleine Unternehmen bieten Telearbeit und Sabbaticals¹ nur halb so oft an wie große Unternehmen. Beim Jobsharing² fällt die Differenz zu Gunsten der Großen noch höher aus.

- 1 Sabbatical bezeichnet eine längere berufliche Auszeit. Um während der Auszeit dennoch ein Einkommen zu haben, wird in der Periode vor dem Sabbatical bei unveränderter Arbeitszeit auf Lohn verzichtet, der dann für das Sabbatical zur Verfügung steht.
- 2 Zwei oder mehr Personen teilen sich eine Stelle, also einen Arbeitsplatz mit den anfallenden Aufgaben.

Abb. 5: Maßnahmen im Bereich der Elternzeit/Elternförderung

Anteil der Unternehmen, in Prozent



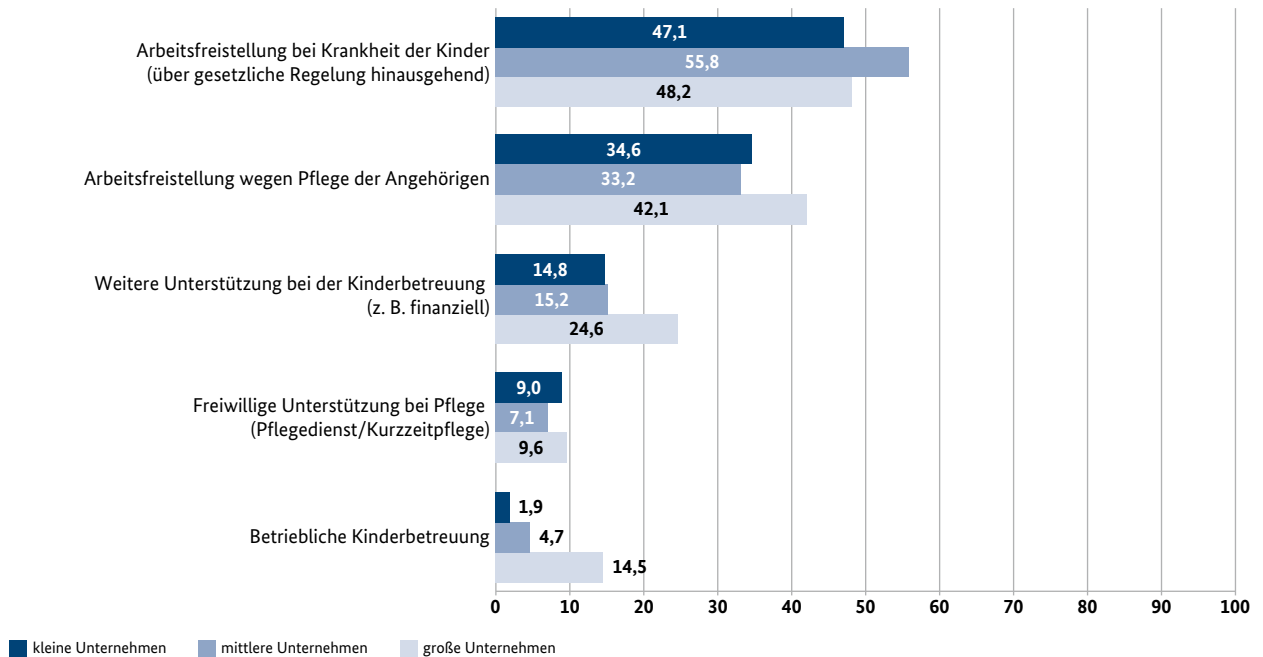
Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

Auch im Bereich der **Elternzeit/Elternförderung** bestehen deutliche Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen (Abbildung 5). Die besondere Rücksichtnahme auf Eltern ist die einzige Maßnahme, die in allen Unternehmensgrößen weit verbreitet ist; zwischen knapp 77 (große Unternehmen) und rund 80 Prozent (kleine Unternehmen) aller Unternehmen sind hier aktiv. Bei Maßnahmen wie Teilzeit oder phasenweise Beschäftigung während der Elternzeit haben Großunternehmen die Nase vorn (89,7 Prozent), gefolgt von 77,5 Prozent der mittleren Unternehmen, während nur 58,4 der Kleinunternehmen dies ermöglichen. Auch bei speziellen Einarbeitungsprogrammen findet sich eine ähnliche Abstufung nach Unternehmensgröße.

Je größer das Unternehmen ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass junge Eltern dort arbeiten und desto lohnender ist die Entwicklung eines Einarbeitungsprogrammes oder von Weiterbildungsangeboten während der Elternzeit. Wenn in der Belegschaft kein Bedarf an bestimmten familienpolitischen Maßnahmen besteht, werden diese auch nicht angeboten. Das kann auch erklären, warum Patenprogramme während der Elternzeit, die mit sehr geringem organisatorischem und finanziellem Aufwand angeboten werden können, in kleinen Unternehmen trotzdem seltener zu finden sind. Es ist jedoch auch denkbar, dass Beschäftigte mit familiären Verpflichtungen sich eher solche Arbeitgeber aussuchen, die familienfreundliche Maßnahmen anbieten. In diesen Unternehmen können Bedarf und Angebot dann wachsen, mit der Folge, dass weitere Beschäftigte mit Familienpflichten in diesen Unternehmen tätig sein wollen.

Abb. 6: Maßnahmen im Bereich der Kinder- und Angehörigenbetreuung

Anteil der Unternehmen, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

Im Handlungsfeld **Kinder- und Angehörigenbetreuung** sind weniger Unternehmen aktiv als in den beiden vorgenannten Bereichen (Abbildung 6). Am häufigsten bieten Unternehmen jeder Größe Arbeitsfreistellung bei Krankheit der Kinder an. Dies findet sich am häufigsten in Unternehmen mittlerer Größe (55,8 Prozent), während kleine (47,1 Prozent) und große (48,2 Prozent) Unternehmen nahezu gleichauf liegen. Fast keine Unterschiede finden sich zwischen kleinen und großen Unternehmen hinsichtlich der freiwilligen Unterstützung bei der Pflege: 9 Prozent der kleinen und 9,6 Prozent der großen Unternehmen sind hier engagiert.

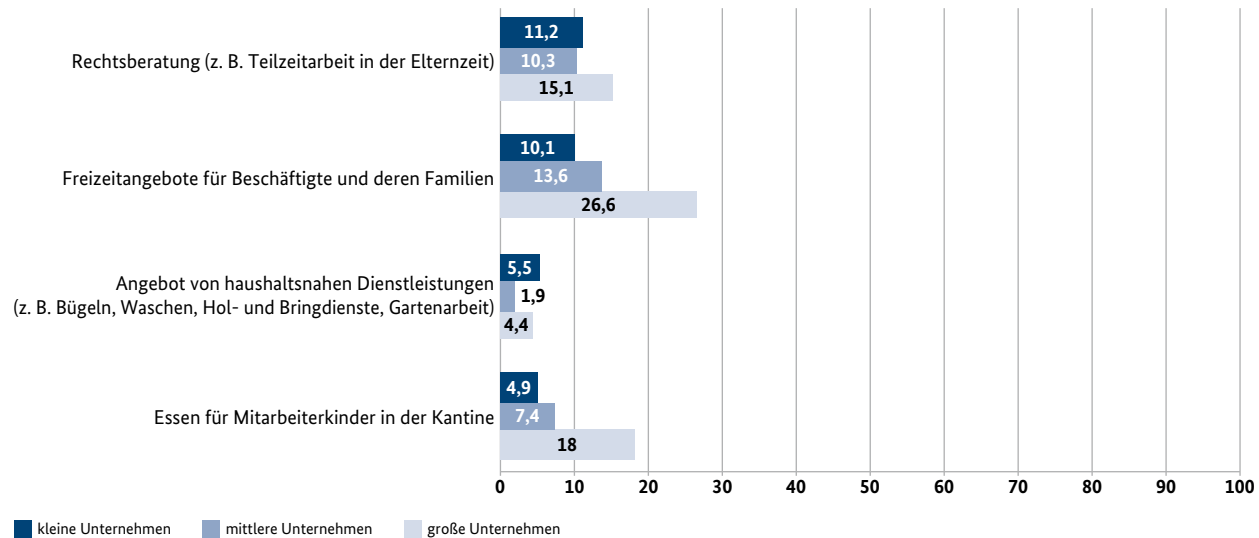
Auch die Arbeitsfreistellung zur Pflege Angehöriger wird relativ häufig angeboten – wobei hier wieder gilt, dass Große aktiver sind. Großunternehmen engagieren sich auch stärker bei der weiteren Unterstützung der Kinderbetreuung, beispielsweise in finanzieller Hinsicht oder durch einen Tagesmatterservice und bei der betrieblichen Kinderbetreuung. Die Größe des Unternehmens wirkt sich hier positiv aus, denn ein Betriebskindergarten lohnt sich nur dann, wenn auch dauerhaft genügend Mitarbeiterkinder diesen besuchen wollen. Kleine und mittlere Unternehmen können ihre Mitar-

beiterinnen und Mitarbeiter durch andere Maßnahmen bei der Kinderbetreuung unterstützen, wie zum Beispiel Belegplätze in Kindertageseinrichtungen oder Tagesmatterservice. Allerdings haben kleine Unternehmen auch hier Nachteile gegenüber großen Unternehmen, weil große Unternehmen eher über eine Personalabteilung verfügen, die diese Angebote organisiert.

Maßnahmen im Bereich **Familienservice** stehen nur bei einer Minderheit der Unternehmen auf der Agenda (Abbildung 7). Große Unternehmen bieten mit etwa 27 Prozent häufiger Freizeitangebote für Beschäftigte und deren Familien an, als mittlere und kleine Unternehmen. Auch wird bei 18 Prozent der großen Unternehmen Essen für Mitarbeiterkinder in der Kantine angeboten, deutlich häufiger als bei KMU. Da die letztgenannte Maßnahme eine Kantine voraussetzt, schneiden kleine Unternehmen vor allem deshalb schlechter ab, da sie diesen Service nicht anbieten. Auch die Möglichkeit zur Rechtsberatung finden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in großen Unternehmen häufiger als in KMU. Das Angebot von haushaltsnahen Dienstleistungen ist in allen drei Größengruppen nur vereinzelt vorhanden.

Abb. 7: Maßnahmen im Bereich Familienservice

Anteil der Unternehmen, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

4. Was sind die Motive für eine familienfreundliche Personalpolitik?

Die Gründe einer Geschäftsleitung, familienfreundliche Maßnahmen einzuführen oder beizubehalten, können sehr unterschiedlich sein. Eine familienfreundliche Personalpolitik kann zunächst dazu dienen, die **Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber** für Bewerberinnen und Bewerber sowie für die Belegschaft zu erhöhen. Familienfreundliche Maßnahmen können einem Unternehmen zu einem **Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb** um adäquat qualifizierte Fachkräfte verhelfen. Ein Betrieb kann aber auch gezwungen sein, dem Beispiel anderer Unternehmen zu folgen, damit er keine Wettbewerbsnachteile auf dem Arbeitsmarkt erleidet. Auch wenn derzeit keine validen empirischen Studien Aufschluss darüber geben, ob familienfreundliche Maßnahmen mit positiven wirtschaftlichen Effekten für ein Unternehmen verbunden sind, ist ebenso vorstellbar, dass sich eine Geschäftsleitung von der Einführung familienfreundlicher Maßnahmen zum Beispiel durch eine Steigerung der Produktivität und Innovationskraft eine **Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit** erhofft. Schließlich kann Familienfreundlichkeit in der Unternehmenskultur oder im Leitbild eines Unternehmens verankert sein, ohne direkt einem spezifischen Ziel dienen zu wollen oder von

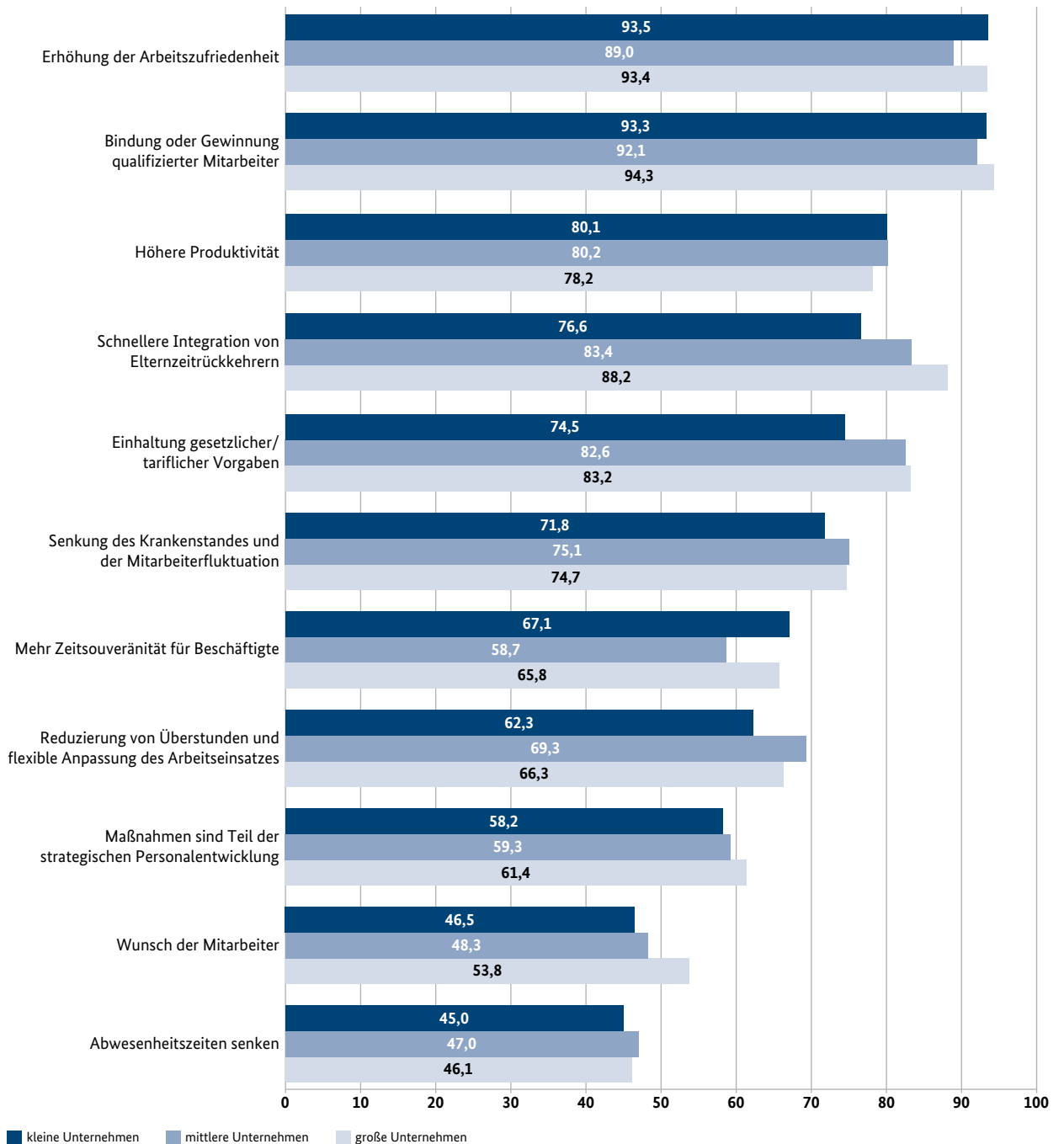
gesellschaftlichen, gesetzlichen und tarifvertraglichen Normen initiiert worden zu sein.

Die Unterschiede hinsichtlich der Motive für eine familienfreundliche Personalpolitik sind weitgehend unabhängig von der Unternehmensgröße (Abbildung 8). Bei den wichtigsten Motiven – Erhöhung der Arbeitszufriedenheit und Bindung beziehungsweise Gewinnung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – finden sich kaum Unterschiede nach Betriebsgrößenklassen. Mehr als neun von zehn Unternehmen nennen diese Motive. Auch dem Motiv einer Produktivitätssteigerung kommt in allen drei Größenklassen eine hohe Bedeutung zu – etwa 80 Prozent der Unternehmen führen dieses Motiv an.

Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen fallen bei dem Motiv der schnelleren Integration nach der Elternzeit auf: Dieses Motiv spielt in Kleinunternehmen eine weniger wichtige Rolle als in mittleren und großen Unternehmen – auch hier gilt es zu berücksichtigen, dass nicht in allen KMU werdende/junge Eltern arbeiten. Die Einhaltung gesetzlicher/tariflicher Vorgaben ist für kleine Unternehmen ebenfalls weniger relevant. Dies kann daran liegen, dass sie seltener tarifgebunden sind.

Abb. 8: Motive für eine familienfreundliche Personalpolitik

Anteil der Unternehmen, die das Motiv nennen, in Prozent



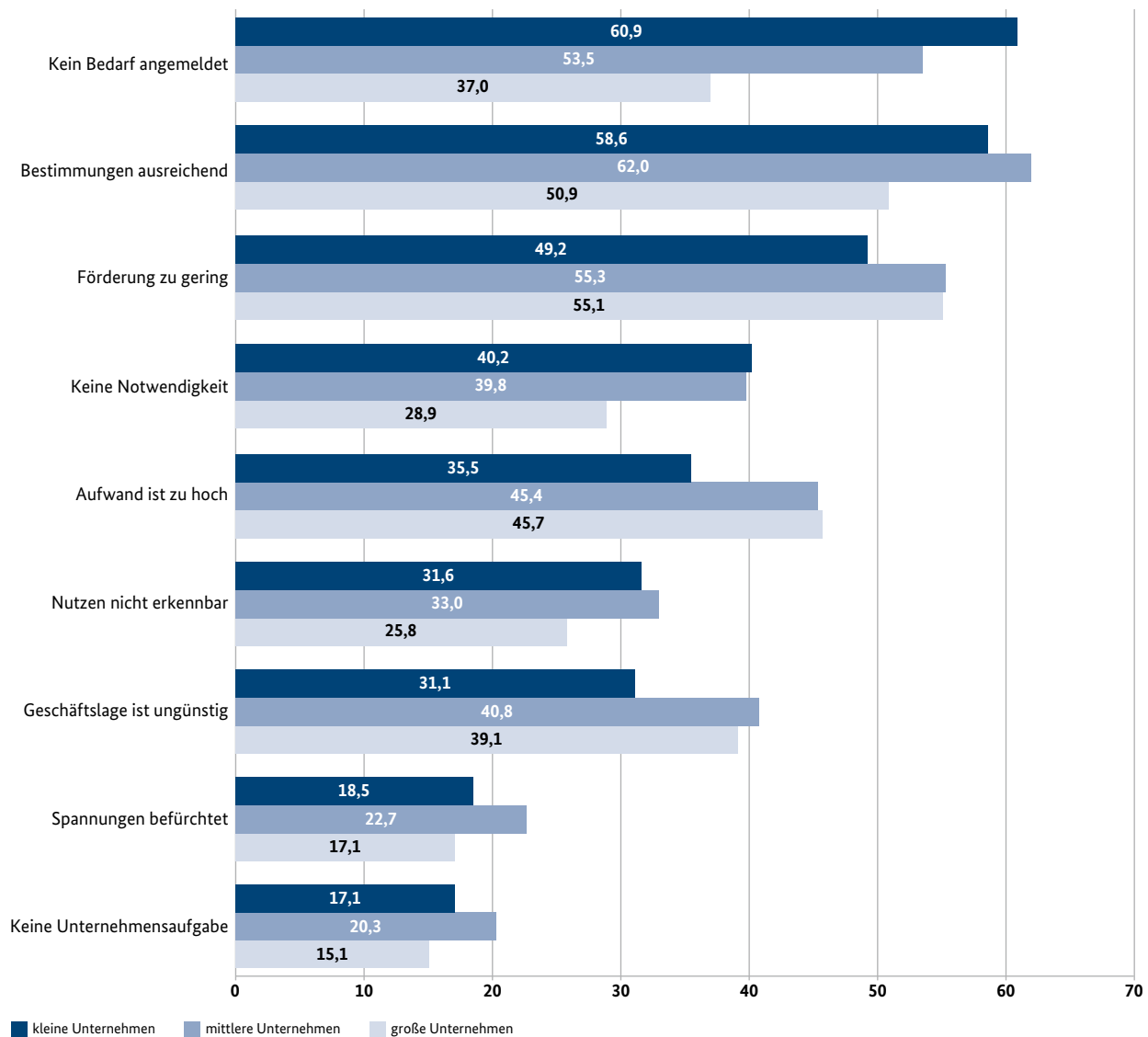
Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

5. Was sind Hemmnisse für eine familienfreundliche Personalpolitik?

Die Hemmnisse dafür, (weitere) Maßnahmen im Bereich der familienfreundlichen Personalpolitik umzusetzen, unterscheiden sich teilweise deutlich zwischen den Unternehmensgrößenklassen (Abbildung 9). Es fällt ins Auge, dass sechs von zehn kleinen Unternehmen angeben, im Unternehmen wurde kein Bedarf angemeldet.

Vier von zehn kleinen und mittleren Unternehmen sehen keine Notwendigkeit für (weitere) familienfreundliche Angebote. Dies kann durch die geringere Mitarbeiterzahl und dem daraus resultierenden geringeren Spektrum an Bedürfnissen der Belegschaft erklärt werden. In einem Unternehmen mit wenigen Beschäftigten ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter beispielsweise Angehörige pflegen möchte, geringer als in einem Großunternehmen.

Abb. 9: Hemmnisse für eine familienfreundliche Personalpolitik
Anteil der Unternehmen, die das Hemmnis nennen, in Prozent



Quelle: Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW Köln

Zudem ist auffällig, dass es nicht zu hohe finanzielle Belastungen und ein zu hoher Aufwand sind, die kleine Unternehmen abschrecken. Kleine Unternehmen beklagen seltener als andere Unternehmen, dass die Förderung zu gering, der Aufwand zu hoch oder die Geschäftslage ungünstig ist.

Literatur

Schneider, Helmut/Gerlach, Irene/Juncker, David/Krieger, John, 2008, Der berufundfamilie-Index – ein Instrument zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins, FFP-Arbeitspapier Nr. 4, Münster/Berlin

Seyda, Susanne/Stettes, Oliver, 2009, Pilotstudie – Europäischer Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit, mimeo

Seyda, Susanne/Stettes, Oliver, 2010, Familienfreundlichkeit in der deutschen Wirtschaft – Ergebnisse des Unternehmensmonitors Familienfreundlichkeit 2010, in: IW-Trends, 37. Jg., Nr. 2, S. 3 – 18

Seyda, Susanne/Stettes, Oliver, 2011, Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, IW-Analyse – Forschungsberichte Nr. 67, Köln

