



Newsletter



Nr. 4 | August 2008



STANDPUNKT

Wolf Reiner Kriegler,
Mitbegründer und
Geschäftsführer der
Deutschen Employer
Branding Akademie.

Folgt man der Imagewerbung deutscher Arbeitgeber, ist alles zum Besten bestellt. Kaum ein Arbeitgeber versäumt es heute, auf die familiäre Atmosphäre in seinem Unternehmen hinzuweisen.

Man sollte meinen, das gelte auch für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Entgegen der vorherrschenden Rhetorik klaffen hier aber Anspruch und Wirklichkeit oft noch weit auseinander.

Doch werbliche Übertreibungen können sich gerade für Arbeitgeber fatal auswirken. Deshalb ist der Trend umso erfreulicher, dass immer mehr Unternehmen ihre Versprechen einlösen und Familienfreundlichkeit mit Leben füllen.

Das ist wirtschaftlich sinnvoll und hat zugleich den Charme, die allgemeine Reputation des Unternehmens zu stärken. Natürlich ist allein mit familienbewusster Personalpolitik der Wettbewerb um die besten Köpfe noch nicht gewonnen. Aber sie trägt zur Glaubwürdigkeit bei. Und diese ist eine unverzichtbare Voraussetzung dafür, eine unverwechselbare Arbeitgebermarke überhaupt aufbauen zu können.

Familienfreundlichkeit gilt dabei mehr und mehr als Gütesiegel. Vor allem bei der immer wichtiger werdenden Zielgruppe der hoch qualifizierten Frauen. Sie schauen besonders genau hin, denn sie wissen längst: Wirklich attraktiv sind nur die Glaubwürdigen.

Familienfreundliche Bundesregierung: Ministerien werden auditiert

AUDIT Mit gutem Beispiel voran: Die Bundesministerien in Berlin und Bonn erfüllen ihre Vorbildfunktion als familienfreundliche Arbeitgeber und verpflichten sich per Kabinettsbeschluss zur Durchführung des audits berufundfamilie.

Das Bundespräsidialamt hat es getan. Das Bundeswirtschaftsministerium auch. Und selbstverständlich war das Bundesfamilienministerium eines der ersten Ministerien, das den Auditierungsprozess der berufundfamilie gGmbH durchlaufen hat – eine Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung. Diesem Beispiel werden bis Ende 2009 alle Bundesministerien folgen und sich als familienfreundliche Arbeitgeber zertifizieren lassen. Das hat das Kabinett beschlossen. Bundesministerin Ursula von der Leyen sagte: „Mit der Selbstverpflichtung zur Durchführung des audit stellt sich jedes Ressort einem ‚Familien-TÜV‘. Die Bundesregierung zeigt damit: Wir nehmen Familienfreundlichkeit ernst und gehen mit gutem Beispiel voran – Nachmachen erwünscht!“

Insgesamt nutzen schon mehr als 600 Unternehmen, Hochschulen und Institutionen das audit berufundfamilie. Gemeinsam mit den Auditorinnen und Auditoren haben sie in Workshops individuelle Bedürfnisse ermittelt, Ziele formuliert und Maßnahmen definiert, die die Interessen von Beschäftigten und Arbeitgebern in Balance bringen. Am 30. Juni überreichte Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung in Berlin 231 Zertifikatsträgern ihre Urkunden. Unter den Geehrten dieser zehnten Zertifikatsverleihung waren zudem 63 Unter-



Jochen Homann, Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft und Technologie, nimmt die Zertifikatsurkunde des audits berufundfamilie aus den Händen von Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen entgegen.

nehmen und Institutionen, die sich nach drei Jahren reauditieren ließen – darunter auch das Bundeswirtschaftsministerium. Im Juni stellte die berufundfamilie gGmbH ein neues Managementinstrument vor: den berufundfamilie-Index. Dieser ermöglicht es Unternehmen erstmals, ihr Familienbewusstsein anonym und individuell zu messen sowie sich mit anderen zu vergleichen. Ein ermittelter Indexwert zwischen null und 100 wird in Relation zu anderen Arbeitgebern der eigenen Größe und Branche gesetzt.

Mehr Info: www.beruf-und-familie.de

IN DIESER AUSGABE

SCHWERPUNKT

Kommunikation familienbewusster Personalpolitik

Seite 2

ERFOLGSBEISPIEL

Schnelle Hilfe dank Elternzeit

Seite 4

**SCHWERPUNKT
KOMMUNIKATION FAMILIEN-
BEWUSSTER PERSONALPOLITIK**

„Einmal sagen reicht nicht“

INTERVIEW Microsoft zählt zu den beliebtesten Arbeitgebern der IT-Branche – auch, weil das Unternehmen auf eine familienbewusste Personalpolitik setzt. Auf was es dabei ankommt, erklärt Tim A. Ackermann (39), Senior Recruitment Manager bei Microsoft Deutschland.

Welche Rolle spielen familienfreundliche Maßnahmen beim Recruiting von neuen Fachkräften?

Schon bei den Berufsanfängern spielen familienfreundliche Angebote heute eine große Rolle. Wir merken das daran, dass sich Bewerberinnen und Bewerber ganz bewusst auf unsere Auszeichnungen in diesem Bereich beziehen. Alle Umfragen zeigen, dass nicht nur Geld und Name zählen, sondern eben auch, ob sich der Job mit dem eigenen Lebensstil vereinbaren lässt.



Tim A. Ackermann (39) ist Senior Recruitment Manager bei Microsoft Deutschland. Zu seinen Aufgabenbereichen zählt die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Welche Auswirkungen haben familienfreundliche Angebote auf Bindung und Motivation der Beschäftigten?

Wir haben eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit, das zeigt sich unter anderem in unserer niedrigen Fluktuationsrate. Um dies zu messen, führen wir jährliche Mitarbeiterbefragungen durch. Unsere Beschäftigten leisten viel, aber dafür bieten wir ihnen ein flexibles Arbeitsumfeld, in dem sie ihre persönlichen und familiären Bedürfnisse und die Anforderungen des Jobs vereinbaren können.

denheit, das zeigt sich unter anderem in unserer niedrigen Fluktuationsrate. Um dies zu messen, führen wir jährliche Mitarbeiterbefragungen durch. Unsere Beschäftigten leisten viel, aber dafür bieten wir ihnen ein flexibles Arbeitsumfeld, in dem sie ihre persönlichen und familiären Bedürfnisse und die Anforderungen des Jobs vereinbaren können.

Wie kommunizieren Sie intern Ihre familienbewusste Personalpolitik?

So etwas muss von oben nach unten gelebt werden. Unsere Personaldirektorin Brigitte Hirl-Höfer ist zweifache Mutter und nutzt die Möglichkeit, ihre Arbeitszeiten flexibel zu gestalten und auch mal von zu Hause aus zu arbeiten. Das ermuntert auch andere Beschäftigte, die Angebote wahrzunehmen.

Und wie informieren Sie über familienfreundliche Angebote?

Wir haben einen speziellen E-Mail-Verteiler, über den die Eltern mit aktuellen Informationen versorgt werden und untereinander in Kontakt treten können. Eine Intranetseite bietet zudem die Möglichkeit, Gesuche und Angebote

vom Babysitter bis zum Kinderwagen zu inserieren. Und auch bei der monatlich stattfindenden betriebsinternen Besprechung, bei der die Geschäftsleitung die Beschäftigten über Neuerungen informiert, werden die familienfreundlichen Angebote regelmäßig vorgestellt – denn einmal sagen reicht nicht, um wirklich wahrgenommen zu werden.

Was tun Sie, um ihre Maßnahmen extern zu kommunizieren?

Natürlich weisen wir auf unserer Website auf die familienfreundlichen Maßnahmen hin. Wichtig ist uns jedoch die Authentizität. Das heißt: Was wir tun, möchten wir an Beispielen darstellen. Deshalb machen wir zu diesem Thema Pressearbeit, bei der wir Best Practice-Beispiele wie Führungskräfte in Elternzeit vorstellen. Im Rahmen von Personalforen halte ich außerdem Präsentationen vor Fachpublikum. Nicht zuletzt beteiligen wir uns an entsprechenden Wettbewerben. Die Auszeichnung „Europas beliebtester Arbeitgeber“ hat einen spürbaren Effekt auf die Gewinnung von Fachkräften.

Mehr Info: www.microsoft.com

Familienbewusstes Personalmarketing: Reden ist Gold

STUDIE Allein über den Lohn gewinnen Unternehmen heute keine Fachkräfte mehr. Denn für 92 Prozent aller Beschäftigten mit Kindern ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie mindestens so wichtig wie das Gehalt. Bei Beschäftigten ohne Kinder sind dies 65 Prozent. Das ergab die Studie „Familienfreundlichkeit als Erfolgsfaktor für die Rekrutierung und Bindung von Fachkräften“, die das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend herausgegeben hat.

Die Studie zeigt zudem, dass noch immer viele Beschäftigte gar nicht wissen, wie familienfreundlich ihr Unternehmen ist. Denn die wenigsten Firmen kommunizieren ihre Angebote intern in ausreichendem Maße. Befragt man Personalverantwortliche und Beschäftigte zu den vorhandenen Maßnahmen, driften die Antworten weit auseinander: So berichten 96 Prozent der Personalverantwortlichen von Teilzeitangeboten, während nur 48 Prozent der Beschäftigten angeben, dass dies in ihrem Unternehmen möglich sei.

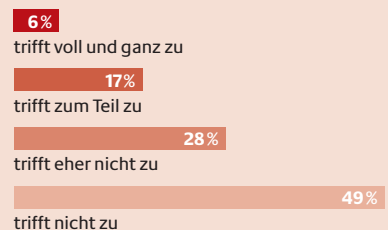
lichen von Teilzeitangeboten, während nur 48 Prozent der Beschäftigten angeben, dass dies in ihrem Unternehmen möglich sei.

Diese Diskrepanz kann für Unternehmen zum Problem werden. Denn während der Anteil der Frauen, die Familienfreundlichkeit bei der Arbeitgeberwahl wichtig finden, in den verschiedenen Altersgruppen fast konstant bei knapp 80 Prozent liegt, gewinnt für Männer das Thema mit dem Alter an Bedeutung – von 61 Prozent bei den unter 30-Jährigen auf 67 Prozent bei den 35- bis 39-Jährigen. Somit steigen mit den Angeboten familienfreundlicher Maßnahmen die Chancen, Mütter und Väter langfristig zu binden.

Dass eine familienbewusste Personalpolitik bei der Arbeitgeberwahl zukünftig eine wichtige Rolle spielen wird, davon gehen in Großunternehmen fast alle Personalverantwortlichen aus. Denn neben

der langfristigen Bindung von Fachkräften trägt sie zu einem guten Arbeitgeberimage bei. Trotzdem wird Familienfreundlichkeit in der externen Kommunikation wenig genutzt: Bisher weisen nur 23 Prozent der familienfreundlichen Betriebe extern auf ihre Angebote hin, um in Stellenanzeigen oder beim Internetauftritt zu punkten.

„Wir weisen im Internet und in Stellenanzeigen ausdrücklich auf unsere familienfreundlichen Maßnahmen hin ...“



Grafik: Familienfreundlichkeit als Erfolgsfaktor für die Rekrutierung und Bindung von Fachkräften, BMFSFJ 2008

Tipps vom Fachmann

Thomas Kleb, Geschäftsführer der Agentur Terra Personalmarketing, welche zur Kienbaum-Gruppe gehört, hält die Familienfreundlichkeit von Unternehmen für das „schlagende Instrument“ bei der Suche und Bindung von Fachkräften. Durch den demografischen und damit einhergehenden Wertewandel wird das Thema für Unternehmen immer wichtiger. „Heute zählt nicht mehr nur das Gehalt

Der anhaltende Arbeitskräftebedarf in vielen Branchen spielt den Beschäftigten in die Hände. Doch Personalberater Thomas Kleb warnt Bewerberinnen und Bewerber vor Überheblichkeit: „Wer mehrere Optionen hat, kann selbstbewusst auch nach familienfreundlichen Maßnahmen fragen, sollte dabei aber nicht fordernd auftreten.“ Generell gelte: Selbstbewusstes

FÜR UNTERNEHMEN

allein, sondern weiche Faktoren wie das Betriebsklima und die Möglichkeit, nicht für die, sondern von der Arbeit zu leben – erst recht, wenn Familie im Spiel ist“, weiß Kleb.

Deshalb rät der Fachmann familienfreundlichen Unternehmen, mit ihrem Engagement zu werben. Es reiche aber nicht, sich mal eben „familienfreundlich“ auf die Fahne zu schreiben. Die Maßnahmen müssten für die Beschäftigten glaubhaft im Unternehmen verankert werden. Dafür würden zufriedene Beschäftigte für eine positive Mundpropaganda sorgen – eine unbezahlbare Werbung.

FÜR BESCHÄFTIGTE

und vor allem authentisches Auftreten komme im Bewerbungsgespräch meist positiv an. Es gebe den Unternehmensvertretern das Signal, dass die Bewerberin oder der Bewerber zielorientiert denke und handle.

Ebenso selbstbewusst können auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auftreten, die bereits in einem Beschäftigungsverhältnis stehen. „Es ist durchaus legitim, die Wünsche in diese Richtung offen zu kommunizieren“, so der Fachmann. Das liege daran, dass der Wunsch nach Familie für Frauen und Männer heute keinen Bruch mehr in der beruflichen Laufbahn bedeute.

KURZ NOTIERT

Neue Broschüre zum Thema Pflege und Beruf

Der Deutsche Gewerkschaftsbund hat eine neue Broschüre zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und privater Pflegeverantwortung herausgegeben. Die Publikation mit dem Titel „Pflege und Beruf“ soll betrieblichen Interessenvertretungen als Anregung und Anleitung dienen. **Mehr Info:** www.dgb-bestellservice.de

Studenten-Umfrage zu Karriere und Arbeitswelt

Mehr als 90 Prozent der Studierenden wären bereit, später für eine betriebliche Kinderbetreuung auf einen Teil ihres Gehalts zu verzichten. Das ergab eine Umfrage von Continental in Kooperation mit der Technischen Universität Darmstadt. Dabei wünschen sich 75 Prozent der rund 1.000 Befragten Nachwuchs. Mehr als die Hälfte von ihnen möchten im Alter zwischen 30 und 35 Jahren Kinder bekommen – ein Drittel der Frauen und rund 20 Prozent der Männer zwischen 25 und 30 Jahren. **Mehr Info:** www.conti-online.com

So werben Unternehmen mit Familienfreundlichkeit

Vorreiterrolle

DKB Die DKB Immobilien AG gilt als einer der Vorreiter in Sachen Familienfreundlichkeit. Erworben haben sich die Potsdamer diesen Ruf in der Immobilienbranche und in Brandenburg durch den Gewinn des Sonderpreises „Betriebliche Kinderbetreuung“ beim Unternehmenswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie 2008“ und durch die Auditierung der berufundfamilie gGmbH. Seitdem sind die Personalabteilungen des Wohnungsunternehmens aus Potsdam gefragte Referenten zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf – und bei jedem Auftritt machen sie damit Werbung für die DKB. Der Lohn: viele gute Bewerbungen und eine hohe Bindung der Beschäftigten an das Unternehmen.

Flyer für Bewerber

PPI Die Geschäftsführung und die Beschäftigten des Beratungsunternehmens PPI Aktiengesellschaft aus Hamburg sind stolz auf ihre familienfreundliche Unternehmensphilosophie. Deshalb tragen sie ihr Engagement nach außen. Auf Recruiting-Messen wirbt die Personalabteilung mit Hilfe von Flyern, in denen die Angebote der Firma zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf beschrieben werden, um Entwickler und Consultants. Mit Erfolg. „Es haben sich schon einige Bewerber aufgrund unserer familienbewussten Personalpolitik für uns entschieden, obwohl sie in anderen Unternehmen mehr Geld bekommen hätten“, sagt die Familienbeauftragte Alexandra Barandat.

Ein Pass für Eltern

BÜFA Wenn eine Mitarbeiterin schwanger wird, zeigt sich, wie nachhaltig Familienfreundlichkeit in der Unternehmenskultur verankert ist. Bei dem Chemie-Unternehmen Büsing und Fasch (BüFa) aus Oldenburg gibt es deshalb den „Elternpass“. Dieses Dokument, das allerlei Fragen zu Mutterschutz, Elterngeld und Wiedereinstieg verbindlich regelt, ist auf der Website des Unternehmens abrufbar. Somit ist es für Beschäftigte, Vorgesetzte und potenzielle Bewerberinnen und Bewerber zugänglich und transportiert die Unternehmenskultur nach außen. Der Vorteil: Abläufe werden frühzeitig geregelt, nichts wird vergessen und der Elternpass bringt allen Parteien Sicherheit.

Schnelle Hilfe dank Elternzeit

ERFOLGSBEISPIEL Wie ein flexibler Arbeitgeber und die Möglichkeit der Vätermonate bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie helfen können, zeigt Familie Stelzer.

„Die Elternzeit meines Mannes war für mich eine riesige Erleichterung“, sagt Martina Stelzer. Denn die Zeit nach der Geburt des heute einjährigen Sohnes Timo war für die junge Familie schwer. Nicht erkannte Blockaden der Wirbelsäule ließen den Säugling Tag und Nacht schreien und seine Mutter nicht zur Ruhe kommen. Eine Lösung musste her. „Elternzeit zu nehmen hatte ich vorher nie in Erwägung gezogen, aber wegen der Notsituation zu Hause wurde das Thema auf einmal aktuell“, sagt Christian Stelzer. Seit 2006 arbeitet der 30-jährige Ingenieur bei TRW Automotive in Koblenz. Dort entwickelt der Automobilzulieferer Scheibenbremsen, Bremskraftverstärker und elektronisch geregelte Fahrsicherheitsysteme.

Trotz anfänglicher Zweifel hinsichtlich der Möglichkeit, seine Arbeitszeit zu reduzieren, suchte er das Gespräch mit seinem Vorgesetzten. Dieser reagierte mit großem Verständnis – wie auch seine gesamte Abteilung.

Das Gespräch brachte den Stein „Elternzeit“ endgültig ins Rollen. „Alles wurde sehr schnell und unkompliziert geregelt“, lobt Christian Stelzer seinen

flexiblen Arbeitgeber. Nach nur einer Woche waren die Formalitäten erledigt, und so konnte er seine Arbeitszeit um mehr als die Hälfte reduzieren – von ursprünglich 40 auf 19 Stunden in der Woche. Und auch bei der Einteilung der Stunden zeigte sich sein Arbeitgeber flexibel: So war Stelzer im Wechsel zwei bis drei Tage die Woche im Unternehmen. Gemeinsam konnten sie die jungen Eltern die Betreuung



Wieder gut lachen: Martina und Christian Stelzer mit Söhnchen Timo.

und die Pflege ihres Sohnes teilen, was die schwierige Situation zu Hause von einem auf den anderen Tag entspannte. Das war im August vergangenen Jahres.

Rückblickend erlebte Christian Stelzer die Elternzeit als eine bereichernde Chance. In seinem Freundeskreis geht er als gutes Beispiel voran: Viele in seinem Umfeld hätten sich jetzt auch für eine Elternzeit entschieden, sagt der Ingenieur. Noch während seiner Zeit zu Hause fanden die Stelzers einen Arzt, der das Problem des kleinen Timo erkannte und behandelte. So konnte Christian Stelzer nach seiner Auszeit – um die Erfahrung Elternzeit reicher – wieder in Vollzeit in den Beruf einsteigen.

Mehr Info: www.trw.de

Neue Publikationen erschienen

Wie Unternehmen ihre Beschäftigten bei der Kinderbetreuung unterstützen können, zeigt die neue Broschüre des Bundesfamilienministeriums „Unternehmen Kinderbetreuung – Praxisleitfaden für die betriebliche Kinderbetreuung“. Der Leitfaden veranschaulicht anhand von Beispielen die vielfältigen Modelle der Betreuung von Mitarbeiterkindern. In zehn Schritten werden zudem konkrete Handlungsmöglichkeiten für Arbeitgeber aufgezeigt.



In dem ebenfalls vom Bundesfamilienministerium herausgegebenen Folder „Familienfreundlichkeit auf Wachstumskurs – Handlungsfelder, Zahlen, gute Beispiele“ werden die zentralen Handlungsfelder familienbewusster Personalpolitik kurz vorgestellt und um Beispiele aus dem Unternehmenswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie 2008“ ergänzt. Zahlen und Fakten belegen zudem, dass Familienfreundlichkeit längst ein Trend ist, der sich rechnet. Mehr Info: www.bmfsfj.de

Zahl des Monats

93.015 ...

... Männer haben bis Ende März 2008 Elterngeld beantragt. Damit hat sich fast jeder fünfte Vater in Deutschland für die Partnermonate entschieden (18,5 Prozent). Im letzten Jahr vor der Einführung des Elterngelds waren es nur 3,5 Prozent. Ebenfalls erfreulich: Gleichzeitig steigt auch die Zahl der Geburten in Deutschland erstmals wieder an.

Mehr Info: www.bmfsfj.de

Aktuelle Frage

„Kommuniziert Ihr Unternehmen offen die angebotenen familienfreundlichen Maßnahmen?“

Machen Sie mit unter: www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerk

Netzwerk-Ticker

1 7 2 7

Mitglieder des Unternehmensnetzwerks „Erfolgsfaktor Familie“

+17,4% seit 22.05.2008 ••• Gemeinsame Erklärung hat 570 Unterzeichner ••• Neue Frage aus der Praxis zum Thema Pflege ••• Linkliste zu Initiativen für Vereinbarkeit online

www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerk

Stand: 11.08.08

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Alexanderstraße 3, 10178 Berlin
Verantwortlich: Iris Bethge
www.bmfsfj.de
www.erfolgsfaktor-familie.de
info@erfolgsfaktor-familie.de

Interessenten für das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ können sich unter www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerk-anmelden.

Anmeldung für ein Newsletter-Abo unter: www.erfolgsfaktor-familie.de/newsletter

Redaktion, Gestaltung, Produktion:

ergo Unternehmenskommunikation, Berlin/Köln
Druck:
Zimmermann.Niedieck, Köln