



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Familienfreundlichkeit – Erfolgsfaktor für Arbeitgeberattraktivität



**Personalmarketingstudie
2010 – Kernergebnisse
einer repräsentativen
Umfrage unter deutschen
Arbeitgebern und
Beschäftigten**



Familie

Vorwort

Für Unternehmen wird ihre Attraktivität als Arbeitgeber in Zeiten des Fachkräftemangels immer wichtiger. Die große Mehrheit der gut ausgebildeten Männer und Frauen will neben ihrem Beruf Zeit haben, sich um Kinder oder pflegebedürftige Angehörige zu kümmern. Nimmt ein Arbeitgeber darauf Rücksicht, arbeiten sie nicht nur motivierter und fehlen seltener, sie schlagen auch andere Stellenangebote mit guten Gründen aus: Ein Dienstwagen und ein höheres Gehalt wiegen ein erfülltes Familienleben nicht auf. Wer jetzt auf Familienfreundlichkeit setzt, wird von den Wettbewerbsvorteilen spürbar profitieren!



Kristina Schröder

Dr. Kristina Schröder

Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

90 % der Beschäftigten zwischen 25 und 39 Jahren mit Kindern ist Familienfreundlichkeit bei der Arbeitgeberwahl ebenso wichtig wie das Gehalt.

Michele A. Verna, Geschäftsführer Personal der Vodafone D2 GmbH, Düsseldorf

«Vodafone ist ein attraktiver Arbeitgeber, der heute und in Zukunft viele qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter braucht. Unser Ziel: Wir schaffen Rahmenbedingungen, die unseren Beschäftigten dabei helfen, Arbeit und Familie in Einklang zu bringen.»



Methodik der Personalmarketingstudie 2010

Im Januar und Februar 2010 befragte das Marktforschungsinstitut Gesellschaft für Konsumforschung Nürnberg (GfK Nürnberg) im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend insgesamt 300 Personalverantwortliche in Unternehmen mit über 50 Beschäftigten sowie 3.010 Beschäftigte im Alter von 25 bis 49 Jahren. Um altersbezogene Bedürfnisse oder Einschätzungen im Hinblick auf Familienfreundlichkeit mitaufnehmen zu können, wurde die Altersgruppe der Beschäftigten 2010 im Vergleich zur ersten Befragung 2007, die nur die 25- bis 39-jährigen Beschäftigten einschloss, um die 40- bis 49-jährigen erweitert. Neu hinzugekommen sind Fragen zum Themenkomplex Betreuung älterer oder kranker Angehöriger. Vergleiche der Ergebnisse zu 2007 sind deshalb nur für die Altersgruppe der 25- bis 39-jährigen Beschäftigten möglich.

Wettbewerb um die besten Köpfe

Schon im Jahr 2015 werden in Deutschland fast drei Millionen Arbeitskräfte fehlen – bis 2030 sogar über fünf Millionen.* Umso wichtiger ist es für Unternehmen, qualifizierte Fachkräfte zu binden, beispielsweise durch familienbewusste Personalpolitik. Denn Familienfreundlichkeit ist für 90 Prozent der Beschäftigten zwischen 25 und 39 Jahren mit Kindern ebenso wichtig oder sogar wichtiger als das Gehalt – bei den Beschäftigten ohne Kinder sind es 70 Prozent. Mehr als drei Viertel der jungen Beschäftigten würden für mehr Familienfreundlichkeit den Arbeitgeber wechseln. Somit ist familienbewusste Personalpolitik und deren Kommunikation für die Mitarbeiterrekrutierung und -bindung ein entscheidender Faktor. Zwar beurteilen Beschäftigte das Angebot familienfreundlicher Maßnahmen ihres Arbeitgebers deutlich besser als noch 2007, doch besteht vor allem bei kleineren Unternehmen Nachholbedarf. Dabei bietet Familienfreundlichkeit als Wettbewerbsfaktor gerade für kleinere Unternehmen großes Potenzial.

Familienfreundlichkeit ist bei der Arbeitgeberwahl ebenso wichtig oder wichtiger als das Gehalt ...

... für junge Beschäftigte zwischen 25 und 39 Jahren mit Kindern		90 %
... für junge Beschäftigte zwischen 25 und 39 Jahren ohne Kinder		70 %

Quelle: Personalmarketingstudie 2010, Hrsg. BMFSFJ, 2010



Eberhard von Rundstedt,
Vorsitzender der Geschäftsführung von Rundstedt und Partner GmbH, Düsseldorf

Sie beraten Unternehmen mitunter bei der Suche nach Fach- und Führungskräften. Welche Rolle spielt dabei Familienfreundlichkeit?

Familienfreundliche Angebote sind ein Instrument zur Mitarbeiterbindung. Erkennen Beschäftigte, dass das Unternehmen sie bei familiären Notfällen oder Veränderungen unterstützt, werden sie es durch Loyalität und berufliches Engagement danken.

Wie profitieren Unternehmen von familienfreundlichen Angeboten?

Unternehmen verbessern dadurch ihr Image und steigern ihre Arbeitgeberattraktivität. Somit können auch Standortnachteile ausgeglichen werden. Außerdem sind Beschäftigte immer auch Botschafter und tragen die Familienfreundlichkeit ihres Arbeitgebers nach außen. Das gefällt Kunden und macht das Unternehmen gleichzeitig für Fach- und Führungskräfte mit familiären Betreuungsaufgaben interessant. Aufgrund des fortschreitenden demografischen Wandels und des Fachkräftebedarfs können es sich Unternehmen künftig noch weniger leisten, auf dieses Potenzial zu verzichten.

In welchen Bereichen können Unternehmen noch etwas tun?

Beispielsweise in der Flexibilisierung der Arbeitszeit haben viele Unternehmen noch Nachholbedarf. Die Einführung von Tages- und Jahresarbeitszeitkonten ist für viele familiär engagierte Beschäftigte eine große Entlastung.

1 „Arbeitslandschaft 2030“, Prognos AG, 2008

77 % der Eltern zwischen 25 und 39 Jahren würden für mehr Familienfreundlichkeit die Arbeitsstelle wechseln.

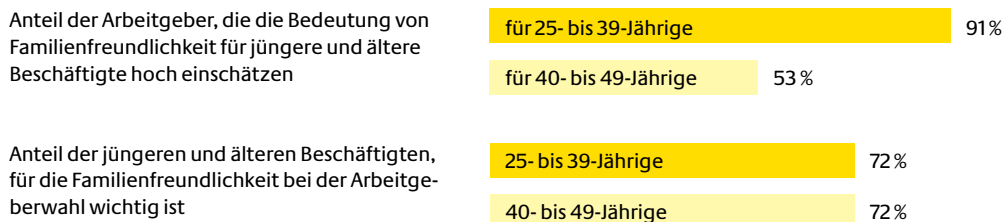
Dr. Torsten Köcher, Vertriebsleiter der Dockweiler AG, Neustadt-Glewe

«Bei meiner Entscheidung für die Dockweiler AG spielten neben den Parametern Entwicklungspotenzial des Unternehmens und den eigenen Aufstiegschancen auch die familienfreundliche Personalpolitik und die mitarbeiterfreundliche Personalführung eine wesentliche Rolle. Bereits in den ersten Gesprächen wurde das gute Betriebsklima und das rücksichtsvolle Miteinander deutlich und hat den regional schwierigen Standort klar aufgewertet.»

Familienfreundlichkeit ist auch älteren Beschäftigten wichtig

Arbeitgeber unterschätzen die Bedeutung von Familienfreundlichkeit für ältere Beschäftigte und verschenken damit die Chance, erfahrene Kräfte mit familienbewussten Angeboten an sich zu binden. Dabei haben diese Beschäftigten meist noch ein rund 20-jähriges Berufsleben vor sich und befinden sich zudem in einer „Sandwichposition“. Denn viele haben nicht nur Kinder, sondern auch Angehörige, um die sie sich kümmern. Immerhin fast jeder zehnte Beschäftigte zwischen 25 und 49 Jahren kümmert sich schon heute um einen Angehörigen – zwei Drittel davon zusätzlich zur Kinderbetreuung. Doch erst knapp ein Drittel der deutschen Unternehmen bietet Unterstützungsangebote.

Unternehmen haben noch nicht erkannt, wie wichtig Familienfreundlichkeit auch für ältere Beschäftigte bei der Arbeitgeberwahl ist



Quelle: Personalmarketingstudie 2010, Hrsg. BMFSFJ, 2010

Wolfgang Witte, Geschäftsführer der perbit Software GmbH, Altenberge

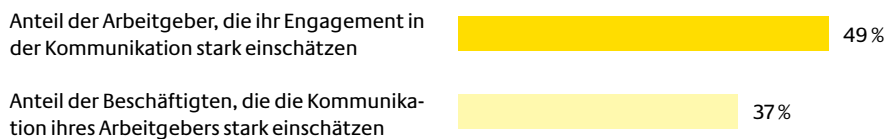
«In den vergangenen Jahren haben wir festgestellt, dass auch die älteren Beschäftigten auf familienfreundliche Angebote Wert legen. Um für diese erfahrenen Fachkräfte attraktiv zu sein, haben wir deshalb spezielle Maßnahmen wie flexible Arbeitszeitmodelle eingeführt. Denn eins ist klar: Aufgrund der demografischen Entwicklung werden die Themen Fürsorge und Pflege von Angehörigen auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.»

Schon **fast jeder zehnte Beschäftigte** zwischen 25 und 49 Jahren **kümmert sich um einen betreuungsbedürftigen Angehörigen**.

Kommunikation von Familienfreundlichkeit

Auch die besten familienbewussten Angebote nutzen nichts, wenn nur wenige sie kennen. Doch noch immer wird Familienfreundlichkeit nicht ausreichend als Personalmarketing-instrument in der internen sowie der externen Kommunikation genutzt. So haben mehr als zwei Drittel der Beschäftigten Schwierigkeiten, Informationen zu familienfreundlichen Angeboten ihres Arbeitgebers zu finden, während fast die Hälfte der Arbeitgeber die eigene Kommunikation nach wie vor stärker einschätzt als sie tatsächlich ist.

Arbeitgeber schätzen ihre Kommunikation stärker ein als Beschäftigte



Quelle: Personalmarketingstudie 2010, Hrsg. BMFSFJ, 2010

Auf der Internetseite der Komsa AG wird Familienfreundlichkeit sehr offensiv kommuniziert. Warum tun Sie das und seit wann?

Familienfreundlichkeit ist gelebte Firmenphilosophie seit Bestehen des Unternehmens im Jahr 1992. Wir sind nicht mitarbeiter- und familienorientiert, weil wir erfolgreich sind, sondern wir haben Erfolg, weil wir mitarbeiterorientiert sind. In der externen Kommunikation – vornehmlich auf der Internetseite – gehört das Thema als wichtiger Bestandteil zur Unternehmenspräsentation dazu.



Dr. Gunnar Grosse, Vorstandsvorsitzender der Komsa AG, Hartmannsdorf

Welche Erfahrungen haben Sie in der externen Kommunikation gemacht?

Überwiegend positive: Wir profitieren beispielsweise bei der Rekrutierung von Fachkräften und Auszubildenden. Außerdem werden wir immer wieder von anderen Unternehmen hinsichtlich unserer Erfahrungen mit dem Thema angefragt.

Wie kommunizieren Sie Ihre Familienfreundlichkeit intern?

In erster Linie wird sie vor allem gelebt! Das ist Kommunikation zum Anfassen – die effektivste und wirksamste Form. Wir nutzen zudem unsere Mitarbeiterzeitschrift, das Intranet, Pinnwände und diverse andere Kommunikationsmittel zur Information, aber auch zum Aufnehmen neuer Ideen.



Website der Komsa AG

Über das Unternehmensprogramm „Erfolgsfaktor Familie“

Das Unternehmensprogramm „Erfolgsfaktor Familie“ des Bundesfamilienministeriums ist die zentrale Plattform zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zum Unternehmensprogramm gehören das gleichnamige Unternehmensnetzwerk, das Förderprogramm Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung und der Unternehmenswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie“. Ausführliche Informationen bietet die Website www.erfolgsfaktor-familie.de. Über aktuelle Projekte, Studienergebnisse und Veranstaltungen informiert regelmäßig der Newsletter „Erfolgsfaktor Familie“, der unter www.erfolgsfaktor-familie.de/newsletter abonniert werden kann.

Partner des Unternehmensprogramms



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

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
10117 Berlin
www.bmfsfj.de

Bezugsstelle:

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
Tel.: 0 18 05 / 77 80 90 *
Fax: 0 18 05 / 77 80 94 *
Gebärdentelefon:
gebaerdentelefon@sip.bundesregierung.de
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmfsfj.de

Für weitere Fragen nutzen Sie unser
Servicetelefon: 0 18 01 / 90 70 50 **
Fax: 0 30 18 / 555 44 00
Montag bis Donnerstag 9 bis 18 Uhr
E-Mail: info@bmfsfj.service.bund.de

Einheitliche Behördennummer: 115 ***
Zugang zum 115-Gebärdentelefon:
115@gebaerdentelefon.d115.de

Stand: September 2010, 1. Auflage

Gestaltung: ergo Kommunikation, Berlin

Bildnachweis: detailblick - Fotolia.com,
BMFSFJ, Rundstedt und Partner GmbH,
Komsa AG

- * Jeder Anruf kostet 14 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen sind möglich.
- ** 3,9 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus den Mobilfunknetzen.
- *** 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 und Nordrhein-Westfalen (weitere Informationen dazu finden Sie unter www.d115.de), 7 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus den Mobilfunknetzen.