



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

ERFOLGSFAKTOR
FAMILIE

Ergebnisse des 1. Väter-Barometers

Oktober 2015



Zusammen. Zukunft. Gestalten.

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



Zusammenfassung

Deutschlands **Arbeitgeber sind noch nicht ausreichend väterfreundlich**. Auch wenn die allgemeine Wahrnehmung bei Vätern und Arbeitgebern tendenziell positiv ist, **schätzen Arbeitgeber sich selbst väterfreundlicher ein als die Väter**.

In der Detailbetrachtung zeigen sich klare **Defizite und Handlungsbedarfe für die Arbeitgeber**. Dies betrifft v.a. Kommunikation und Kultur, aber auch die Frage, ob Kinderbetreuungspflichten männlicher Beschäftigter überhaupt bekannt sind und ob väterfreundliche Angebote vorhanden sind.

Methodik

Für das Väter-Barometer wurde im Juni und Juli 2015 eine **repräsentative Befragung** von 1000 abhängig beschäftigten Vätern minderjähriger Kinder und 300 Arbeitgebern aller Branchen und Größenklassen durchgeführt. Das renommierte Meinungsforschungsinstitut GfK führte Interviews mit den Unternehmen (CATI) und befragte die Väter online. Der Durchschnitt der Antworten (zumeist auf einer **Skala von 1 bis 4**) ist der im folgenden angegebene **Barometer-Wert**.

Eine übergreifende Einschätzungsfrage

1



... und vier konkrete Teilbereiche

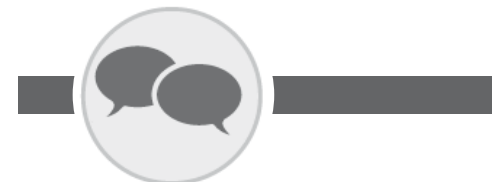
2 Väterfreundliche
Angebote



3 Bewusstsein
für Väter



4 Väterorientierte
Kommunikation



5 Väterfreundliche
Unternehmenskultur

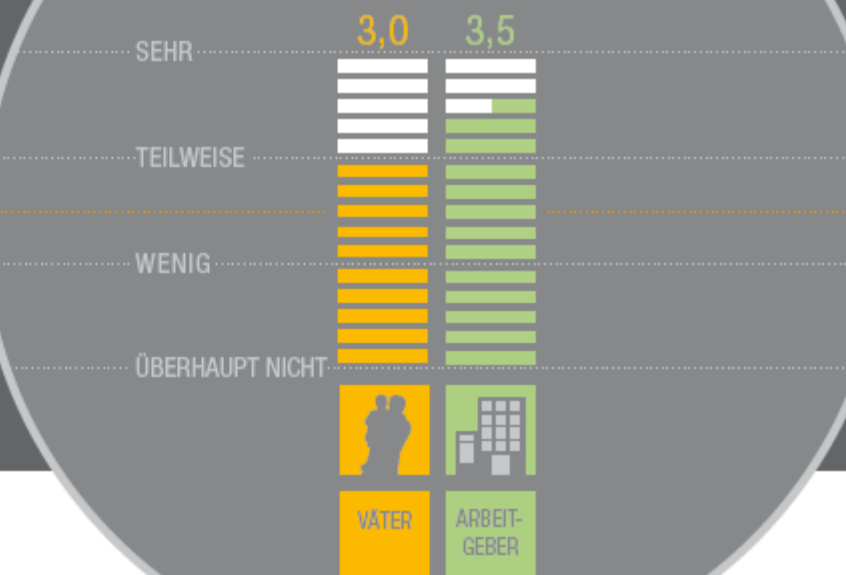


1



Väter-
freundlichkeit
allgemein

Wie väterfreundlich sind Deutschlands Arbeitgeber allgemein?



Während Arbeitgeber sich als sehr väterfreundlich einstufen, sehen Väter das nur teilweise so.

Die Väter sehen also noch Handlungsbedarf. Die Befragung zeigt aber auch: Die Arbeitgeber sind scheinbar mit dem Erreichten zufrieden - zwei Drittel von ihnen planen keinerlei weitere Maßnahmen zur Steigerung der Väterfreundlichkeit. Dabei sind sich mit je drei Viertel der Befragten Väter und Arbeitgeber einig, dass Väterfreundlichkeit wichtig ist.

2



Väterfreundliche Angebote

Welche väterfreundlichen Angebote bieten Deutschlands Arbeitgeber an?

Angaben in Prozent



Väter kennen nur wenige väterfreundliche Angebote ihrer Arbeitgeber. Es besteht eine teils sehr große Diskrepanz zur Auskunft der Arbeitgeber: Diese geben deutlich häufiger an, Angebote wie Teilzeit oder flexible Modelle auch für Führungskräfte anzubieten.

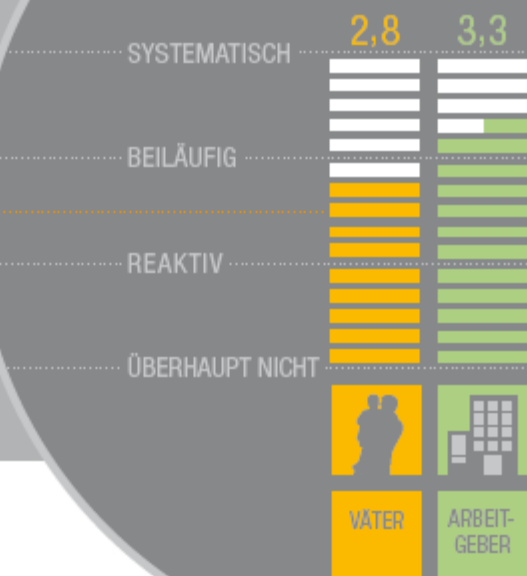
Dazu passt ein weiteres Ergebnis: Auch die Inanspruchnahme der Angebote schätzen die Arbeitgeber deutlich höher ein als die Väter selbst.

3



Bewußtsein
für Väter

Wie informieren sich Arbeitgeber, ob männliche Be- schäftigte minderjährige Kinder haben?



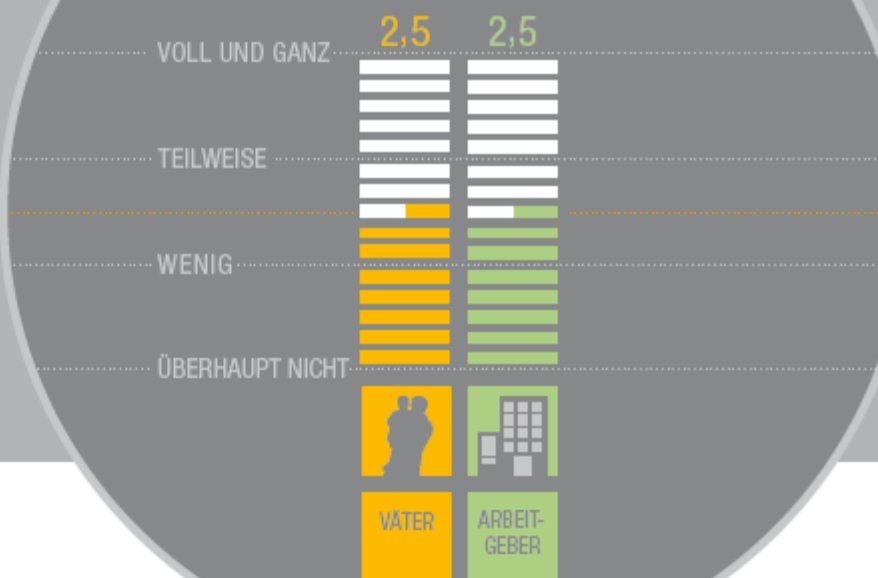
Beim Bewusstsein für Väter besteht die größte Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung von Vätern und Arbeitgebern: Väter finden, dass ihre Arbeitgeber sich bestenfalls beiläufig darüber informieren, ob sie minderjährige Kinder haben, oft nicht mal das. Die Mehrheit der Arbeitgeber hingegen sagt, sie informieren sich systematisch.

4



Väterorientierte Kommunikation

Inwieweit sprechen Arbeitgeber explizit Väter an, wenn sie familienfreundliche Angebote anbieten?



Bei der väterorientierten Kommunikation sehen Väter und Arbeitgeber den größten Spielraum für weitere Verbesserungen. Speziell auf Väter ausgerichtet ist die Kommunikation nur selten.

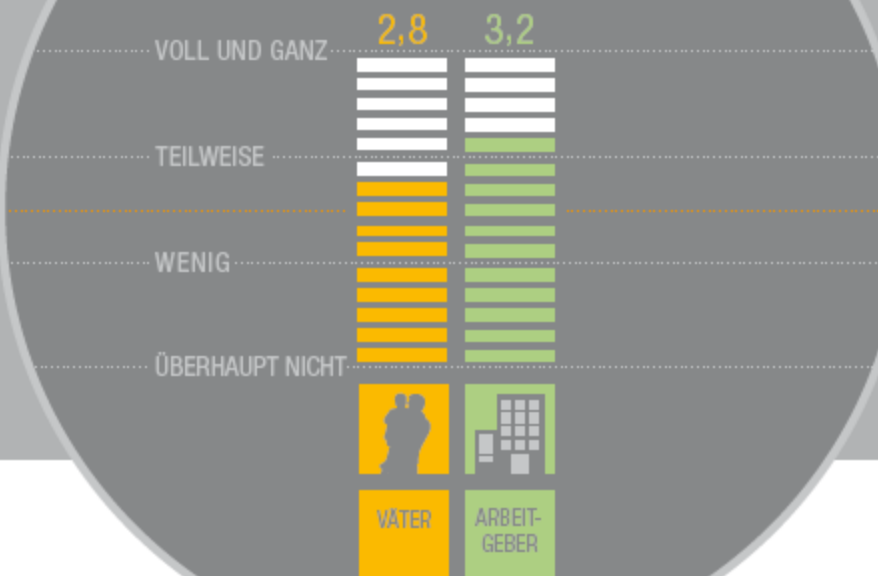
Trotzdem, auch das zeigen die Ergebnisse, planen nur 8% der Unternehmen dazu konkrete Maßnahmen.

5



Väterfreundliche
Unternehmens-
kultur

Inwieweit wird vermehrtes
familiäres Engagement von Vätern
akzeptiert - auch wenn es ein zeitlich redu-
ziertes berufliches Engagement bedeutet?



Arbeitgeber schätzen ihre Kultur als väterfreundlicher ein als die Väter, sogar dann, wenn mehr familiäres Engagement zu Lasten des zeitlichen beruflichen Engagements geht. Väter finden dahingegen, dass Arbeitgeber vermehrtes familiäres Engagement nur teilweise akzeptieren.

Dies äußert sich z.B. darin, dass 40% der Väter sagen, eine Freistellung zur Kinderbetreuung im Notfall sei eher nicht oder überhaupt nicht möglich. Nur 13% der Arbeitgeber räumen ein, dass sie dies nicht ermöglichen.

**Weitere Ergebnisse und
Schlussfolgerungen**

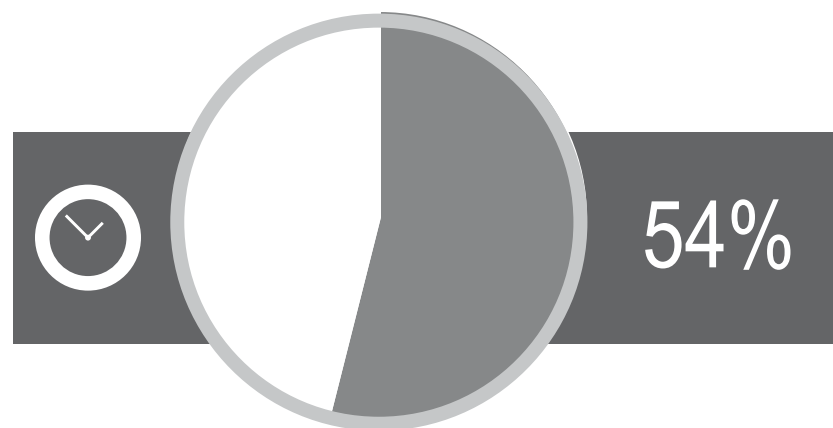


- » **Zeitenwandel?** In einigen Bereichen ist die Einschätzung der Väterfreundlichkeit der Arbeitgeber signifikant besser bei jüngeren Vätern (unter 30). So fühlen sie sich zumindest teilweise direkt angesprochen in der Kommunikation. Auch die Kultur der Arbeitgeber empfinden jüngere Väter als väterfreundlicher, sowohl allgemein als auch im Notfall.

- » **Eine Frage der Unternehmensgröße!?** Väter empfinden Kleinstarbeitgeber (<15 Beschäftigte) als väterfreundlicher als solche mit bis zu 250 Beschäftigten. Große Arbeitgeber (>1000 Beschäftigte) sehen sich in mehreren Bereichen als väterfreundlicher als andere – die Sicht der Väter spiegelt das aber nicht wider.

- » **Branchenunterschiede!** Arbeitgeber im Dienstleistungsbereich werden von Vätern teilweise signifikant besser eingeschätzt. Freistellungen im Notfall sind dort leichter möglich als in anderen Bereichen. Auch die Selbsteinschätzung der Arbeitgeber in diesem Bereich ist in Kulturfragen besser. Und Arbeitgeber im Dienstleistungssektor finden nach eigenen Angaben systematischer heraus, welche Mitarbeiter auch Väter sind.

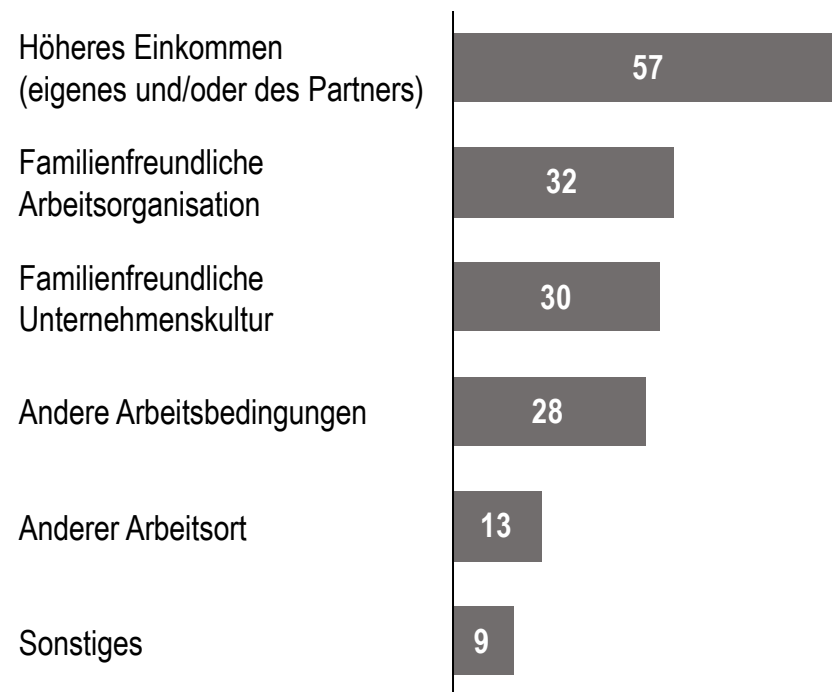
Die meisten Väter wünschen sich mehr Zeit für die Familie



54% der Väter würden gerne weniger arbeiten, um sich familiär mehr engagieren zu können. Nur ein Drittel der Väter ist zufrieden mit der eigenen Arbeitszeit. Für 20% ist vor allem mehr Flexibilität wichtig.¹

Dazu würde ihnen vor allem eins helfen: ein adäquates Familieneinkommen

Was würde helfen, um mehr familiäres Engagement zu übernehmen? [%]²



1) Flexibilität konnte mit den anderen Antworten kombiniert werden, daher übersteigt die Summe 100.

2) Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Repräsentative Bevölkerungsumfrage und Unternehmensbefragung, 2015 durchgeführt durch die GfK im Auftrag des Unternehmensprogramms "Erfolgsfaktor Familie" des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

»» Schlussfolgerungen

- 1 Väterfreundlichkeit gehört weiter auf die Agenda.** Arbeitgeber planen nur wenige Verbesserungen, obwohl Väter noch allgemeinen Handlungsbedarf sehen und auch die Arbeitgeber bei Kommunikation und Kultur Nachholbedarf einräumen.
- 2 Arbeitgeber müssen ihre Angebote besser bekannt machen, oder auf die Väter zuschneiden.** Väter nehmen die Angebote, die Arbeitgeber nach eigener Auskunft machen, bisher weniger wahr. Das kann auch daran liegen, dass sie noch nicht zu den Bedürfnissen der Väter passen.
- 3 ElterngeldPlus und Familienarbeitszeit passen zu den Wünschen der Väter.** Viele Väter möchten gerne in der Familienphase mehr Zeit für ihre Partner und Kinder haben, können sich die Einkommenseinbuße aber bisher nicht leisten.