

Familienbewusste Unternehmensführung

Nützlich für Gesellschaft und Betrieb

Bielefeld, 26. Februar 2008

Sofie Geisel, Projektleiterin des
Unternehmensnetzwerks „Erfolgsfaktor Familie“



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds



Service GmbH

Sozialklimbim, ethischer Grundsatz oder Erfolgsfaktor?

„Familienfreundlichkeit ist **Sozialklimbim** – Familie ist Privatsache und hat nichts mit unternehmerischem Erfolg zu tun!“

„Familienfreundlichkeit ist ein **Erfolgsfaktor**, weil es sich auch betriebswirtschaftlich lohnt, Beschäftigte mit Familienpflichten zu unterstützen“



„Familienfreundlichkeit ist ein **ethischer Grundsatz**, für den sich ein Unternehmer entscheidet oder auch nicht.“

Übersicht – Drei Aspekte zum Thema Familienbewusste Unternehmensführung

Hintergrund: Demografischer Wandel

Menschen müssen arbeiten und
(trotzdem mehr) Kinder haben können

Motivation für Unternehmen: Fachkräftemangel

Familienfreundlichkeit wird zum harten
Standortfaktor und ist betriebswirtschaftlich
wie volkswirtschaftlich relevant

Gute Beispiele

Es gibt sie, aber sie sind zuwenig bekannt und
es braucht mehr Mut, sie zu kopieren und
weiter zu entwickeln

Demografischer Wandel und Fachkräftemangel haben mit Vereinbarkeit zu tun

Demografischer Wandel

- Bevölkerung schrumpft: Im Jahr 2040 wird es in Deutschland bis zu 14,5 Mio. weniger Arbeitskräfte geben
- Nachwuchs wird weniger: aktuell stehen 970.000 Abgängern 800.000 Erstklässler gegenüber
- Gesellschaft altert: Bis 2050 wird sich der Anteil der über 60-jährigen voraussichtlich verdoppeln

Fachkräftemangel

- 2007 konnten rd. ein Drittel der Unternehmen offene Stellen nicht besetzen
- Insgesamt fehlen in Deutschland 400.000 Fachkräfte
- Volkswirtschaftlicher Wertschöpfungsverlust: Rd. 23 Mrd. EUR
- Nicht auf bestimmtes Qualifikationsniveau beschränkt

Vereinbarkeit als Schlüsselinstrument, um demografischen Wandel und Fachkräftemangel zu entschärfen:

MENSCHEN MÜSSEN ARBEITEN UND (TROTZDEM) KINDER HABEN KÖNNEN

Mehr Vereinbarkeit von Beruf und Familie begünstigt auch eine höhere Geburtenrate



Quelle: Eurostat 2006

Familienfreundlichkeit ist betriebswirtschaftlich vernünftig – drei Argumente

1. Qualifizierte Mitarbeiter binden: Elternzeit ist zu oft der Einstieg in den Ausstieg, Familienfreundlichkeit ist für viele ein Grund, den Arbeitgeber zu wechseln
2. Kosten sparen: Familienfreundlichkeit senkt Kosten für Rekrutierung, Überbrückung, Wiedereingliederung und Ausfälle
3. Motivation und Unternehmenskultur ausbauen: Eine familienfreundliche Strategie unterstützt eine Kultur des Geben und Nehmen und ein „Wir-sind-die-Firma-Gefühl“

1. Mitarbeiter binden und gewinnen

- Mehr als 40% der der Frauen in Westdeutschland und 22% der Frauen in Ostdeutschland kehren nach dreijähriger Elternzeit nicht an ihren Arbeitsplatz zurück
- Für 92% der Beschäftigten mit Kindern spielt die Frage der Vereinbarkeit eine eben so wichtige Rolle wie das Gehalt (Beschäftigte ohne Kinder 64%)
- 78% der Beschäftigten mit Kindern sind bereit für eine bessere Vereinbarkeit den Arbeitgeber zu wechseln, rund 20% haben dies schon einmal getan

2. Kosten sparen - Praxisbeispiel

MVV Energie AG

- Aufwendungen für familienfreundliche Maßnahmen bei der MVV ca. 100 TEUR
- Verminderung der familienbedingten Austritte von sieben auf vier, dadurch weniger Wiederbeschaffungskosten – Einsparung ca. 165 TEUR
- Verkürzung der durchschnittlichen Elternzeitdauer – dadurch weniger Überbrückungskosten – Einsparung ca. 17 TEUR
- Bei kürzerer Elternzeit weniger Qualifikationsverlust, dadurch geringere Wiedereingliederungskosten – Einsparung ca. 125 TEUR
- Senkung des Krankenstandes – Einsparpotenzial ca. 61 TEUR
- Das heißt: Auf jeden investierten Euro kommen 2,50 Euro Gewinn.

3. Motivation und Unternehmenskultur schaffen

- Mitarbeitermotivation hat nachweislich positive Effekte für den wirtschaftlichen Unternehmenserfolg
 - Mitarbeiter mit hoher emotionaler Bindung an ihr Unternehmen fehlen im Schnitt 2,4 Tage pro Jahr weniger
 - Drei Viertel der Arbeitnehmer mit hoher emotionaler Bindung werben aktiv für ihr Unternehmen und empfehlen ihr Unternehmen als Arbeitgeber weiter
 - Umgekehrt: Über 80% der Beschäftigten verspüren keine echte Verpflichtung ggü. ihrer Arbeit, fast 70% machen „Dienst nach Vorschrift“ und nahezu 20% haben innerlich gekündigt
- Dahinter steht: Menschen verhalten sich i.d.R. reziprok, und vergelten Gleiches mit Gleichem
- Familienorientierung als Möglichkeit, Mitarbeitern ein „Angebot“ zu machen, das Motivation aktiviert und damit Loyalität und Engagement für das Unternehmen fördert

Vereinbarkeit von Beruf und Familie bringt aber auch messbar volkswirtschaftlichen Nutzen

Rechenbeispiel

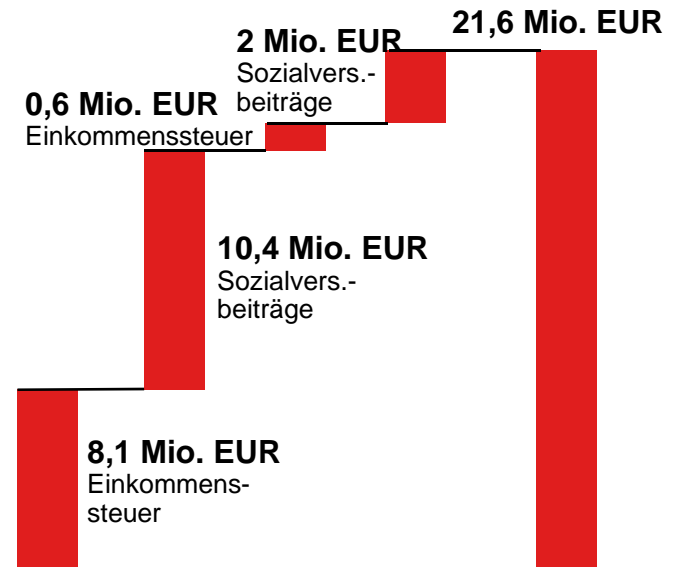
Kosten

Ca. 10 Mio. EUR
Betriebskosten der öffentlichen Hand für das Ganztagesangebot



Was passiert, wenn 1000 Akademikerinnen mit einem Kind im Krippenalter eine Erwerbstätigkeit aufnehmen?

„Ertrag“



Gute Beispiele gibt es viele – das Problem ist, dass es häufig gute Taten sind, denen die Worte fehlen

Teilzeit, gerade auch für Väter

Inosoft AG, Marburg

Generationennetzwerk

Weleda, Schwäbisch Gmünd

Wäscheservice

Henkel, Düsseldorf

Väterbriefe

Datev, Nürnberg

Beratungsangebote

Knollenborg und Partner, Lingen

Kinderpielecke

Augenoptiker Wittig, Berlin



Essen aus der Betriebskantine

Wulff Textil-Service, Kiel

Betreuungszuschluss

Reha Vita, Cottbus

Hausaufgabenbetreuung

Sick, Waldkirch

Betriebskita

Megware, Chemnitz

...

Wiedereinsteigerprogramm

Dow Corning, Wiesbaden

Unternehmensnetzwerk Erfolgsfaktor Familie bietet Plattform für Interessierte und Engagierte



- Gemeinsame Initiative des DIHK und der Bundesregierung
- Angesiedelt beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag
- finanziert durch Mittel des ESF und des Ministeriums

- Referenzgröße dafür, dass Familienfreundlichkeit zunehmend zum Markenzeichen der deutschen Wirtschaft wird – inzwischen über 1350 Netzwerkunternehmen
- Informations- und Serviceplattform für interessierte Unternehmen, niedrigschwelliger Zugang zum Thema familienbewusste Unternehmensführung

Was können Unternehmen und Öffentlichkeit vor Ort ggf. auch gemeinsam tun?

Beispiel 1: Familienunterstützende Dienstleistungen

- Ziel** Gemeinsam die Entwicklung eines Marktes für familienunterstützende Dienstleistungen vorantreiben
- Warum** Outsourcing von Hausarbeit ist zentraler Entlastungsfaktor für Familien
- Wie** Mehr Angebotstransparenz schaffen (z.B. durch ein regionales Dienstleistungsportal) und dadurch sowohl Angebot als auch Nachfrage stimulieren
- Effekte**
 - Angebot für Beschäftigte
 - Verbesserung der Familienfreundlichkeit in der Region
 - Mehr Zeit für Kinder

Was können Unternehmen und Öffentlichkeit vor Ort ggf. auch gemeinsam tun?

Beispiel 2: Familienferien

- Ziel** Lokales oder regionales Ferienprogramm für Kinder auf die Beine stellen
- Warum** Ferienzeiten als besondere Herausforderung für Familien wenn beide Elternteile arbeiten
- Wie** Gemeinsames Unternehmen von Stadt, städtischen Vereinen, freien Trägern und Unternehmen vor Ort mit vorheriger Bedarfsabfrage
- Effekte**
- Stärkung der Familien- und Kinderfreundlichkeit vor Ort
 - Entlastung berufstätiger Eltern
 - Möglichkeit für Unternehmen, sich für Vereinbarkeit zu engagieren

Was können Unternehmen und Öffentlichkeit vor Ort ggf. auch gemeinsam tun?

Beispiel 3: Bedarfsgerechter Betreuungsausbau

- Ziel** Tatsächliche Betreuungsbedarfe besser kennen und decken
- Warum** Regelbetreuungsangebote passen oft nur bedingt mit den Anforderungen der betrieblichen Arbeitswelten zusammen
- Wie** Bedarf nach erweiterten Öffnungszeiten und flexibleren Betreuungsangeboten erheben und gemeinsam Lösungen finden
- Effekte**
- Transparenz, was tatsächlich gebraucht wird
 - Ansatzpunkte für Kooperationen zwischen Einrichtungen und Unternehmen

Was können Unternehmen und Öffentlichkeit vor Ort ggf. auch gemeinsam tun?

Beispiel 4: Regionale Familiengenossenschaft

- Ziel** Mehr flexible Betreuungsangebote – nicht nur für Kinder
- Warum** Zu wenig flexible Angebote, zu wenig Transparenz im Hinblick auf vorhandene Angebote
- Wie** Genossenschaftsmodell, bei dem sich Unternehmen und Anbieter zusammenschließen
- Effekte**
- „One-Stop-Agency“, bei der Angebot und Nachfrage koordiniert werden können
 - Öffentlich-privates Engagement