



Familie



Familienbewusstes NRW – Was tun Unternehmen? Repräsentative Befragung von Beschäftigten 2011



Lebensbildung



Inhaltsverzeichnis

	Einleitung	3
1.	Stichprobenplan und Erhebungsinstrument	4
2.	Deskriptive Statistiken: persönliche und berufliche Charakteristika	6
3.	Das betriebliche Familienbewusstsein – Konzept und Messung	9
4.	Betriebliches Familienbewusstsein aus Beschäftigtensicht	11
5.	Einflussfaktoren auf die Bewertung des Familienbewusstseins	19
	Fazit	21

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Grundgesamtheit und Stichprobenplan	4
Abbildung 2:	Vereinbarkeitsanforderungen der Beschäftigten	6
Abbildung 3:	Differenzierung der Befragten nach Betriebsgröße und Sektor	7
Abbildung 4:	Die persönliche Vereinbarkeitssituation	8
Abbildung 5:	Die drei Dimensionen des Familienbewusstseins	9
Abbildung 6:	Von den Items zum Familienbewusstsein.NRW	10
Abbildung 7:	Familienbewusstsein.NRW	11
Abbildung 8:	Dimensionen des Familienbewusstseins.NRW	12
Abbildung 9:	Bewertung der Subdimensionen im Vergleich zum Familienbewusstsein.NRW	13
Abbildung 10:	Familienbewusste Personalmaßnahmen – Ergebnisse der FFP-Studie im Vergleich	14
Abbildung 11:	Familienbewusstsein.NRW nach Alter und Geschlecht	20
Tabelle 1:	Struktur des Fragebogens	5
Tabelle 2:	Familienbewusstsein regional	19
Tabelle 3:	Gesamtbild zum betrieblichen Familienbewusstsein – nach Betriebsgrößen	21

Einleitung

In Zeiten des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels wird es immer wichtiger, attraktive Bedingungen für Familien und das Aufwachsen von Kindern zu schaffen. Deswegen haben es sich viele Bundesländer in Deutschland zur Aufgabe gemacht, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für die Bewohnerinnen und Bewohner ihres Landes zu verbessern. Im Fokus der Bemühungen steht dabei nicht nur der Ausbau der Kindertagesbetreuung. Um eine problemlose Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erreichen, ist auch die Mitwirkung weiterer Akteure, insbesondere der Arbeitgebenden, von zentraler Bedeutung.

Die im Herbst 2010 von der Landesregierung initiierte „Aktionsplattform Familie@Beruf.NRW“ fungiert in Nordrhein-Westfalen als Drehscheibe für neue Ansätze im Kontext der Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Die Aktionsplattform kann als Dach für die unterschiedlichen Aktivitäten in dem Flächenland verstanden werden; sie verbindet vereinbarkeitsfördernde Maßnahmen des Landes, der Wirtschaftsverbände und Gewerkschaften, der Arbeitsagenturen und Unternehmen. Ziel der Aktionsplattform ist es, die Nachhaltigkeit der einzelnen Aktivitäten zu sichern, indem ein systematischer Transfer von Projektergebnissen organisiert und ein gegenseitiges Lernen und Profitieren von den Erfahrungen der einzelnen Akteure ermöglicht wird. Mit der Aktionsplattform verfolgt NRW einen familienpolitischen Ansatz mit besonderem Problemlösungspotenzial: Durch die Einbindung nicht-staatlicher Akteure werden Zugänge zu Ressourcen geschaffen und können Lösungen erarbeitet werden, die besonders nah an den Menschen und ihren Problemen liegen.

Auf dem Weg zu mehr Familienbewusstsein kann NRW laut der vorliegenden FFP-Studie bereits Erfolge vorweisen: 59% der Befragten finden, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf habe sich in den letzten Jahren für die Beschäftigten in NRW verbessert¹. Doch zeigen sich auch noch Potenziale, wenn sich NRW in punkto Familienbewusstsein profilieren möchte: So stimmen (erst) 46% der Befragten der Aussage zu, dass NRW ein besonders familienbewusstes Bundesland ist.

Als treibende Kräfte hinter dem Wandel zu mehr Familienbewusstsein werden dabei sowohl die Landesregierung als auch die Unternehmen wahrgenommen. So sind 55% der Befragten der Meinung, die Landesregierung setze sich für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein. In Bezug auf die Unternehmen scheint zwar ins-

gesamt noch Ausbaupotenzial zu bestehen: Nur 46% der Befragten halten die Unternehmen in NRW für besonders familienbewusst. Jedoch finden 58% der Befragten, dass die Unternehmen in NRW in den letzten Jahren familienbewusster geworden sind.

Diese Einschätzungen der Befragten werden in der vorliegenden Studie „Familienbewusstes NRW – Was tun Unternehmen?“ konkretisiert. Abhängig Beschäftigte in ganz NRW wurden in aller Ausführlichkeit danach befragt, wie gut ihnen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gelingt und für wie familienbewusst sie die Betriebe halten, in denen sie arbeiten. Dazu wurde vom Forschungszentrum Familienbewusste Personalpolitik in Münster ein Fragebogen entwickelt, der aktuellste Forschungsergebnisse zum betrieblichen Familienbewusstsein berücksichtigt und gleichzeitig Vergleichsmöglichkeiten zu anderen Studien eröffnet.

Die Besonderheit der Studie – und darin unterscheidet sie sich von anderen Erhebungen – liegt darin, dass Beschäftigte befragt wurden und sie selbst über ihre familiäre und berufliche Situation Auskunft geben konnten. Die Ergebnisse können dazu beitragen, die Familienpolitik des Landes NRW im Allgemeinen und Maßnahmen der Aktionsplattform im Besonderen noch stärker auf die Bedarfe der Menschen auszurichten.

¹ Als Zustimmung wird an dieser Stelle gewertet, wenn die Befragten die Aussage auf einer Skala von 1 bis 7 mit einem Wert oberhalb der mittleren Punktzahl von 4, also mindestens mit 5 bewertet haben.

1. Stichprobenplan und Erhebungsinstrument

Ziel der Studie war es, das Familienbewusstsein der Unternehmen in Nordrhein-Westfalen aus Beschäftigtensicht anhand einer möglichst repräsentativen Stichprobe zu erfassen. Die Grundgesamtheit bildeten somit alle abhängig Beschäftigten, die in Nordrhein-Westfalen tätig sind. Ausgenommen wurden hiervon geringfügig Beschäftigte, da diese aufgrund der geringen Stundenzahl zumeist weniger in betriebliche Strukturen eingebunden sind und sich in einer spezifischen Vereinbarkeitslage befinden. Insgesamt bestand die Grundgesamtheit somit aus knapp 7 Mio. Beschäftigten.

Um die Repräsentativität der Untersuchung in Hinblick auf die Beschäftigten in NRW zu gewährleisten, wurde eine Quotenstichprobe anhand von zwei Merkmalen in der Grundgesamtheit gebildet; zum einen bezüglich der Verteilung nach Geschlecht, und zum anderen bezüglich der Altersstruktur der Beschäftigten. Die Befragten wurden hierfür in drei Altersgruppen unterteilt, die 15-34-Jährigen, die 35-49-Jährigen sowie die 50-Jährigen und älteren.

Diese Kategorien bilden unterschiedliche Lebenslagen der Beschäftigten mit Blick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ab. So befindet sich die jüngste Altersgruppe tendenziell in der Familiengründungsphase und hat somit überwiegend Kindererziehungsaufgaben zu bewältigen. Die mittlere Altersgruppe (die so genannte Sandwich-Generation) befindet sich in einer Lebensphase, in der Kindererziehungsaufgaben verstärkt gleichzeitig mit der Pflege von Angehörigen auftreten können. In der Altersgruppe der 50-Jährigen und älteren überwiegen demgegenüber die Aufgaben der Angehörigenpflege.

Anhand der Einteilung der Beschäftigten nach Geschlecht und den drei Altersgruppen ergibt sich für den Stichprobenplan eine Matrix mit sechs besetzenden Zellen. Die benötigte Zahl an Befragten je Zelle errechnete sich anhand des angestrebten Gesamtumfanges der Stichprobe (n = 1.000) sowie des Beschäftigtenanteils je Zelle. Hierdurch ergab sich folgender Stichprobenplan für die Befragung der Beschäftigten:

Abbildung 1: Grundgesamtheit und Stichprobenplan

Grundgesamtheit in Tausend			Stichprobe				
	Männer	Frauen	Summe		Männer	Frauen	Summe
15 bis 34 Jahre	16,5% 1.149	14,1% 981	30,5% 2.130	15 bis 34 Jahre	16,5% 166	14,1% 140	30,5% 305
35 bis 49 Jahre	22,4% 1.562	19,5% 1.361	41,9% 2.923	35 bis 49 Jahre	22,4% 223	19,5% 195	41,9% 419
50 Jahre und älter	14,5% 1.014	13,1% 914	27,6% 1.929	50 Jahre und älter	14,5% 145	13,1% 131	27,6% 276
Summe	53,4% 3.725	46,6% 3.256	100% 6.982	Summe	53,4% 534	46,6% 466	100% 1000

Die Befragung erfolgte vom 26. August bis 18. September 2011 in Form von 12-minütigen, standardisierten Telefoninterviews. Sie wurden von geschulten Interviewern und Interviewerinnen eines in Münster ansässigen Marktforschungsinstituts, das als Mitglied mehrerer Marktforschungsverbände (ADM, BVM, ESOMAR) für die Qualität der Befragung bürgt, durchgeführt. In der kurzen Feldphase konnte die angestrebte Zahl von 1.000 Interviews entsprechend der vorgegebenen Quoten realisiert werden.

Der Fragebogen zur Analyse des betrieblichen Familienbewusstseins gliederte sich in vier thematische Blöcke, wie Tabelle 1 verdeutlicht.

Kernstück des Fragebogens bildete die Messung des betrieblichen Familienbewusstseins anhand von 19 Einzelitems, die zur Errechnung des Indexes „Familienbewusstseins.NRW“ genutzt wurden (vgl. Kapitel 3). In die Datenanalyse konnten nur diejenigen Fälle eingehen, die keine oder wenige fehlende Werte mit Blick auf diese Items aufwiesen. Dementsprechend wurden alle Fälle, die mehr als zwei fehlende Werte bei diesen Items aufwiesen, bei der Analyse nicht berücksichtigt, so dass letztlich eine Nettostichprobe von 948 Fällen resultierte.

Tabelle 1: Struktur des Fragebogens

Themenblock		Anzahl
1	Persönliche und familiäre Situation des Beschäftigten z. B. „Betreuen Sie zurzeit regelmäßig einen pflegebedürftigen Angehörigen?“	6 Fragen
2	Betriebliche Situation des Beschäftigten z. B. „Haben Sie Personalverantwortung?“	7 Fragen
3	Familienbewusstsein des eigenen Betriebs z. B. „Durch meinen Betrieb fühle ich mich in Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gut informiert.“ „Vereinbarkeitsprobleme werden durch die von meinem Betrieb angebotenen Maßnahmen gut gelöst.“ „In meinem Betrieb ist das Miteinander von Familie und Beruf eine Selbstverständlichkeit.“	19 Fragen
4	Angebot betrieblicher familienbewusster Maßnahmen im eigenen Betrieb z. B. Möglichkeiten der Notfallbetreuung für Kinder.	14 Fragen

2. Deskriptive Statistiken: persönliche und berufliche Charakteristika

Um Repräsentativität mit Blick auf alle abhängig Beschäftigten in NRW zu erhalten, wurden im Rahmen der FFP-Studie sowohl Personen mit als auch ohne Familienpflichten befragt. Jedoch ist die Mehrheit der Befragten aktuell oder war in der Vergangenheit mit familiären Aufgaben betraut (vgl. Abbildung 2). So sind 46,5% der Befragten derzeit mit Vereinbarkeitsanforderungen mit Bezug auf Kinder oder die Pflege von Angehörigen konfrontiert. Weitere 26,7% haben in der Vergangenheit die Betreuung und Erziehung von Kindern und/oder die Pflege von Angehörigen übernommen. Insgesamt weisen somit 73,1% der Befragten Erfahrungen mit Familienarbeit auf. Unter den Befragten findet sich zudem eine weitere Gruppe Beschäftigter, die davon ausgehen, dass sie in naher Zukunft Familienaufgaben wahrnehmen werden. So halten es 22,0% der Befragten, die derzeit keine Familienpflichten haben, für wahrscheinlich oder sogar für sicher, dass sie in absehbarer Zeit Kinderbetreuungsaufgaben wahrnehmen werden. 20,4% halten die Übernahme von Pflegeaufgaben in absehbarer Zeit für wahrscheinlich bis sicher.

Von denjenigen, die aktuell Familienpflichten wahrnehmen, widmen sich 80% der Betreuung und Erziehung von Kindern. 13,4% sind mit der Pflege von Angehörigen betraut, und 6,6% übernehmen sowohl Aufgaben der Kinderbetreuung als auch der Angehörigenpflege. Unter den Beschäftigten mit Kindern kümmern sich 41,0% um ein Kind und 42,6% um zwei Kinder. 16,4% betreuen und erziehen drei oder mehr Kinder. Das Alter des jüngsten Kindes im Haushalt liegt dabei im Durchschnitt bei 7,5 Jahren

Die Beschäftigten mit Pflegeaufgaben unterscheiden sich mit Bezug auf das Ausmaß der Pflegebedürftigkeit ihres Angehörigen. So wurden 62,8% der pflegebedürftigen Angehörigen einer Pflegestufe zugeordnet. Am häufigsten befinden sich die pflegebedürftigen Angehörigen in Pflegestufe 1 (43,4%), gefolgt von Pflegestufe 2 (39,6%). 17% der Befragten widmen sich hingegen der Pflege eines Angehörigen mit Pflegestufe 3.

Mit Blick auf die beruflichen Charakteristika der Befragten ist festzuhalten, dass 83,6% der Befragten als Angestellte oder Arbeiter tätig sind. Die restlichen 16,4% sind Beamte. Mehrheitlich (rund 41%) arbeiten die Befragten in mittleren Betrieben, die 50 bis 249 Mitarbeitende aufweisen. Ein knappes Viertel der Befragten ist in großen Betrieben (ab 250 Mitarbeitende), ein gutes Viertel in kleinen Betrieben (10 bis 49 Mitarbeitende) beschäftigt. In Kleinstbetrieben mit bis zu 9 Mitarbeitenden arbeiten gut 8% der Beschäftigten. Fast die Hälfte der Befragten ist im Dienstleistungssektor beschäftigt. Ein gutes Viertel der Befragten geht einer Tätigkeit im öffentlichen Dienst nach; ein knappes Viertel im produzierenden Gewerbe. Die Landwirtschaft ist mit 0,1% nur gering vertreten.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (74,7%) geht einer Vollzeitbeschäftigung von mindestens 35 Stunden pro Woche nach. Demgegenüber sind 24,3% teilzeitbeschäftigt. Bei der Ausübung von Teilzeitarbeit gibt es große Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Während fast alle männlichen Befragten (95%) einer Vollzeittätigkeit

Abbildung 2: Vereinbarkeitsanforderungen der Beschäftigten

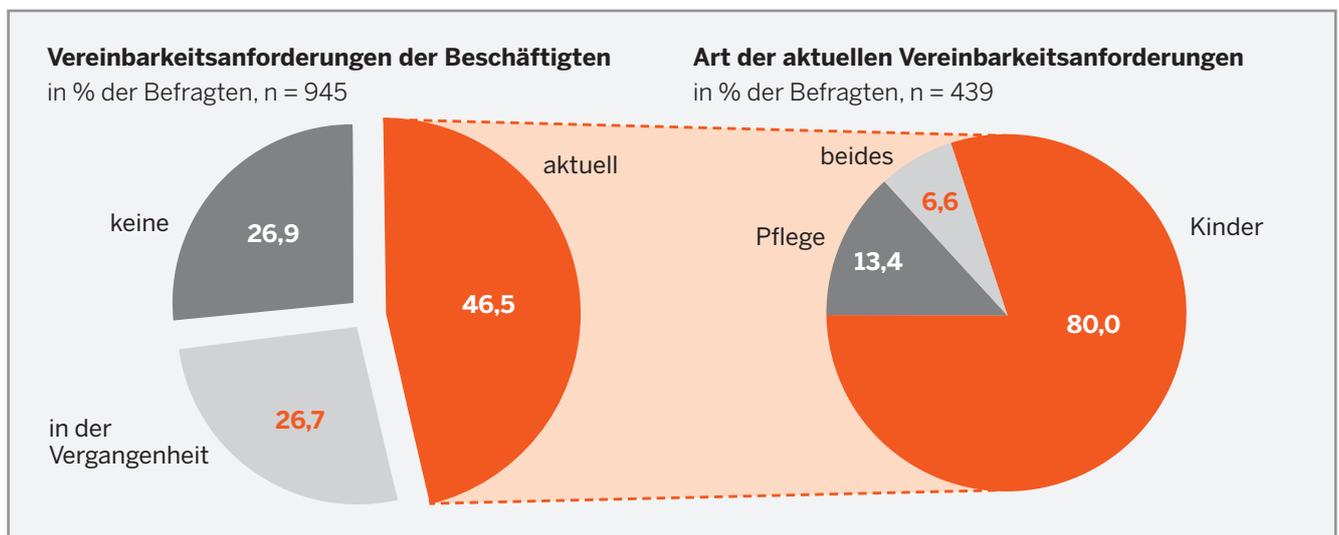
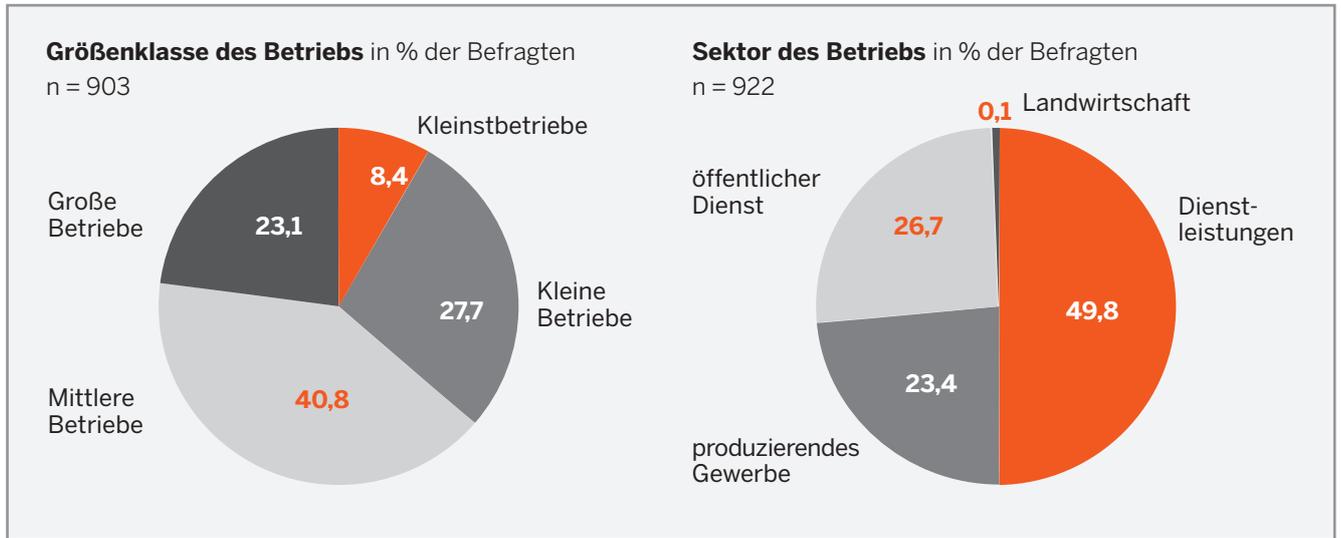


Abbildung 3: Differenzierung der Befragten nach Betriebsgröße und Sektor



keit nachgehen, tut dies nur in etwa jede zweite befragte Frau (51%). Im Durchschnitt arbeiten alle Befragten 37,1 Wochenstunden.

In Bezug auf die Einschätzung der Betroffenen, wie gut die Vereinbarkeit von beruflichen und familiären Aufgaben für sie persönlich möglich ist, zeichnen die Befragungsergebnisse ein insgesamt positives Bild, wie Abbildung 4 deutlich macht: Auf die Frage, wie gut Ihnen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gelingt, geben 79,3% der Befragten mit aktuellen Familienpflichten an, dass für sie die Vereinbarkeit (problemlos) möglich ist. Dem gegenüber stehen 5,1%, die Schwierigkeiten bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf angeben. 15,7% sind in Hinblick auf die Vereinbarkeit unentschieden.² Im Mittel bewerten die Befragten ihre persönliche Vereinbarkeit mit 5,6 von möglichen 7 Punkten.

Dieses positive Ergebnis ist jedoch dahingehend zu relativieren, dass die Bewertung der persönlichen Vereinbarkeitslage hilfsweise nur über eine Selbsteinschätzungsfrage erhoben wurde. Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist jedoch ein komplexes Konstrukt, das mehrere Dimensionen umfasst. Für eine valide Messung der Vereinbarkeitslage – die nicht im Fokus der durchgeführten Studie lag – hätten diese verschiedenen Dimensionen der Vereinbarkeit erhoben werden müssen. Die in Abbildung 4 sichtbare rechtsschiefe Ausprägung der Verteilung kann möglicherweise damit erklärt werden, dass die Bereitschaft zur Teilnahme an der telefonischen Befragung bei Personen, denen die Vereinbarkeit weniger gut gelingt, niedriger war und sie deshalb weniger häufig vertreten sind.

Ungeachtet dieser Limitation offenbart die verwendete Selbsteinschätzungsfrage signifikante Unterschiede zwi-

schen den Befragten, wobei teilweise Unterschiede zwischen Männern und Frauen zu konstatieren sind: Während in der jüngsten Altersklasse die Vereinbarkeitslage von beiden Geschlechtern gleich bewertet wird (Mittelwerte jeweils 5,6) bewerten Männer in den Altersklassen von 35 bis 49 und von 50 bis 65 Jahren das Gelingen der Vereinbarkeit als weniger problemlos als Frauen. In der mittleren Altersklasse liegt die Einschätzung der Männer bei einem Mittelwert von 5,3, die der Frauen bei 5,7. Noch größer ist der Unterschied in der höchsten Altersklasse, in welcher die Mittelwerte 5,3 (Männer) und 6,3 (Frauen) betragen. Im Vergleich über die Altersklassen hinweg wird deutlich, dass die Vereinbarkeit tendenziell mit steigendem Alter einfacher zu realisieren scheint. Das kann bedeuten, dass Aufgaben der Kinderbetreuung und -erziehung stärkere Vereinbarkeitsanforderungen mit sich bringen als Aufgaben in der Angehörigenpflege. Daneben ist zu beobachten, dass Männer ihre Vereinbarkeitslage signifikant schlechter einschätzen als Frauen.

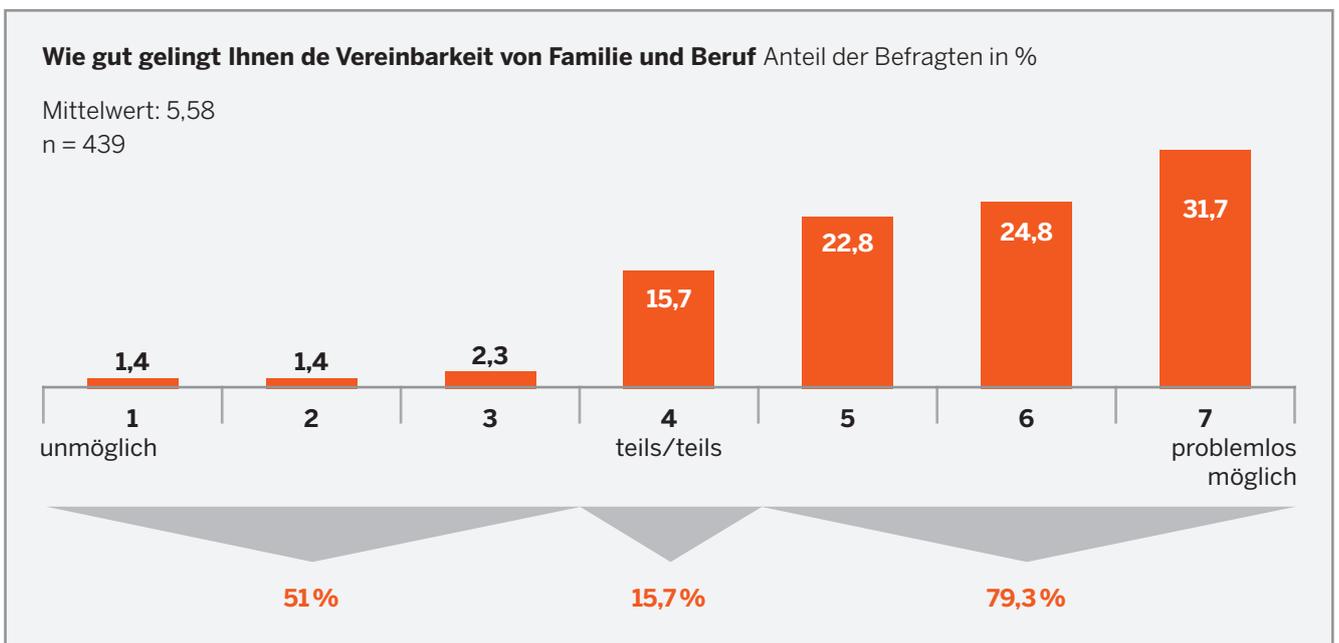
Mit Bezug auf die Einschätzung der persönlichen Vereinbarkeit ist erwähnenswert, dass sich nur geringe Unterschiede zwischen den Gruppen mit unterschiedlichen Familienpflichten zeigen: Am besten bewerten diejenigen Beschäftigten die Vereinbarkeit, die ausschließlich Pflegeaufgaben nachgehen (6,0), gefolgt von denjenigen, die ausschließlich Kinder betreuen und erziehen (5,5). Demgegenüber bewerten diejenigen die Vereinbarkeit am schlechtesten, die sowohl Pflegeaufgaben als auch Kinderbetreuungsaufgaben wahrnehmen (5,3). Insgesamt gelingt den pflegenden Beschäftigten die persönliche Vereinbarkeit besser, wenn der pflegebedürftige Angehörige einer Pflegestufe zugeordnet wurde (5,9 zu 5,5).

² Abweichungen von 100 % sind rundungsbedingt.

Wird die persönliche Vereinbarkeit im Kontext des betrieblichen und beruflichen Umfeldes betrachtet, zeigt sich zunächst, dass sie negativ mit dem Arbeitsumfang korreliert: So schätzen Teilzeitbeschäftigte ihre persönliche Vereinbarkeitslage mit einem Mittelwert von 5,9 signifikant besser ein als Vollzeitbeschäftigte (5,4). Wird dagegen auf die Funktion im Betrieb abgestellt, zeigt sich kein signifikanter Unterschied der Vereinbarkeitslage zwischen Führungskräften (5,7) und Beschäftigten ohne Personalverantwortung (5,5).

Neben dem Stundenumfang steht die Betriebsgröße in einem Zusammenhang mit der Bewertung der Vereinbarkeit: Mitarbeitenden, die in einem Kleinbetrieb beschäftigt sind, gelingt die Vereinbarkeit signifikant besser (MW: 6,1) als Beschäftigten in kleinen (MW: 5,5) und mittleren (MW: 5,6) Betrieben. Beschäftigte in Großunternehmen bewerten ihre Vereinbarkeit mit einem Mittelwert von 5,5.

Abbildung 4: Die persönliche Vereinbarkeitssituation



3. Das betriebliche Familienbewusstsein – Konzept und Messung

Der Messung des Familienbewusstseins der Unternehmen in NRW aus Sicht der Beschäftigten liegt das vom Forschungszentrum Familienbewusste Personalpolitik (FFP) für die berufundfamilie gGmbH³ entwickelte mehrdimensionale Konzept von Familienbewusstsein zugrunde. Das Konzept bündelt internationale Forschungserkenntnisse zum Thema Familienbewusstsein und wurde in enger Zusammenarbeit mit Experten und Expertinnen aus dem Bereich Familie und Beruf entwickelt. Es fand bereits in verschiedenen Studien empirische Anwendung; so war es zum Beispiel die Grundlage einer repräsentativen Befragung von 1.000 deutschen Unternehmen zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins auf Basis des berufundfamilie-Indexes im Jahr 2007.

Das Konzept berücksichtigt den Facettenreichtum von Familienbewusstsein, indem es Familienbewusstsein auffasst als zusammengesetztes Konstrukt mit den drei Dimensionen Dialog, Leistung und Kultur. Die Abbildung 5 illustriert die drei Dimensionen von Familienbewusstsein.

Die Dimension Dialog wird der Tatsache gerecht, dass ein Unternehmen gegenwärtige und zukünftige Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeitenden im Bereich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf erkennen und darauf reagieren muss. Familienbewusstsein kann in diesem Sinne verstanden werden als das Resultat von Informationsprozessen mit dem Ziel, eine dauerhafte Beziehung zu den Mitarbeitenden sowie ein Bewusstsein für deren Bedürfnisse aufzubauen⁴. Hierbei vollziehen sich verschiedene

Kommunikations- und Informationsprozesse, die in unterschiedlichen Richtungen verlaufen. Zum einen muss das Unternehmen Informationen über die Vereinbarkeit von Familie und Beruf einholen. Dies bezieht sich sowohl auf die Erfassung und Verarbeitung von Informationen über die Bedürfnisse der Mitarbeitenden als auch auf das Einholen von Informationen über Rahmenbedingungen, wie staatliche Regelungen und Leistungen oder das Maßnahmenangebot anderer Unternehmen im Bereich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zum anderen muss ein Kommunikationsprozess in umgekehrter Richtung, vom Unternehmen zu den Mitarbeitenden, stattfinden, indem die Mitarbeitenden über das Angebot zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Unternehmen informiert werden. Ein dritter wichtiger Aspekt ist die Reaktion des Unternehmens auf Wünsche und Anregungen von Mitarbeitenden zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

In der Dimension Leistung wird auf die familienbewussten Maßnahmen fokussiert, welche auf einen Ausgleich zwischen den unterschiedlichen Anforderungen des Arbeits- und des familiären Umfelds an den Arbeitnehmenden abzielen. Das Spektrum familienbewusster Maßnahmen reicht hierbei von der Möglichkeit der Teilzeitarbeit über die Bereitstellung von Kinderbetreuungsplätzen bis hin zur Unterstützung bei der Vermittlung haushaltsnaher Dienstleistungen. In Bezug auf die Palette der angebotenen Maßnahmen sind verschiedene qualitative und quantitative Aspekte von Relevanz.

Abbildung 5: Die drei Dimensionen des Familienbewusstseins



³ Die berufundfamilie gGmbH ist eine Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung.

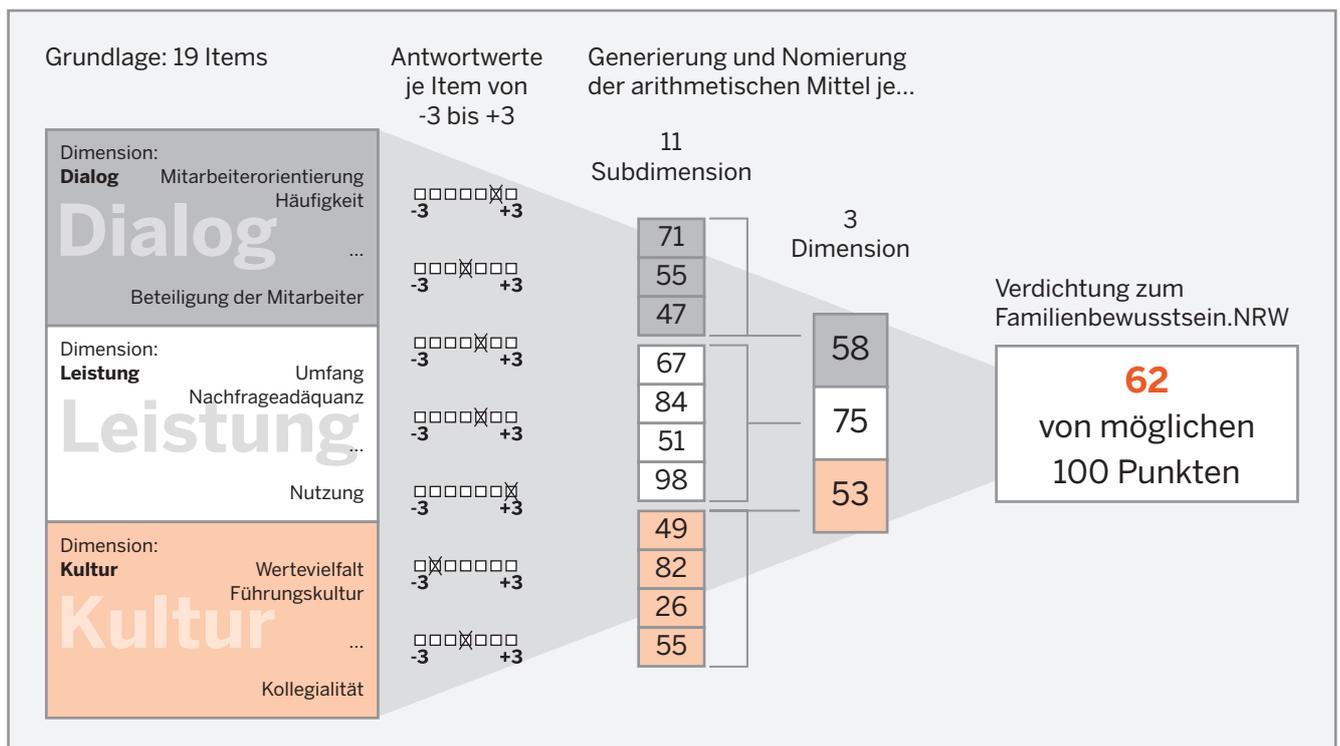
⁴ Schneider, Helmut/Gerlach, Irene/Wieners, Helen/Heinze, Jana (2008): Der berufundfamilie-Index – ein Instrument zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins. FFP-Arbeitspapier Nr. 4. Münster und Berlin, S. 40.

Die Dimension Kultur berücksichtigt, dass Familienbewusstsein sich in einer „ganzheitliche(n) Akzeptanz familialer Verpflichtungen und deren Auswirkungen und Anforderungen“⁵ manifestiert. Somit ist Familienbewusstsein ein Teil der Unternehmenskultur, welche sich durch alle Ebenen eines Unternehmens, von den Mitarbeitenden bis zur Unternehmensleitung, zieht.

Das Konzept des Familienbewusstseins mit den drei Dimensionen Dialog, Leistung und Kultur wird für die vorliegende FFP-Studie als Index „Familienbewusstsein.NRW“ operationalisiert. Die drei Dimensionen werden durch insgesamt 11 Subdimensionen und 18 Indikatoren konstituiert. Die Operationalisierung dieser 18 Indikatoren erfolgt anhand von 19 Items, welche den zentralen Bestandteil der Befragung darstellen. Auf Basis der Bewertung der einzel-

nen Items einer Dimension wird für das Unternehmen ein jeweiliger Dimensionswert errechnet, der auf einer Skala von 0 bis 100 liegt. Die Werte der drei Dimensionen werden dann zu einem Gesamtpunktwert verdichtet, welcher ebenfalls zwischen 0 und 100 liegt.⁶ In diesem Wert, dem Familienbewusstsein.NRW, drückt sich der Grad des betrieblichen Familienbewusstseins aus der Perspektive der Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen aus, wobei ein Wert von 100 „sehr familienbewusst“ und ein Wert von 0 „gar nicht familienbewusst“ bedeutet. Die Abbildung 6 verdeutlicht das Vorgehen bei der Errechnung des Familienbewusstseins.NRW.

Abbildung 6: Von den Items zum Familienbewusstsein.NRW



⁵ a.a.O. S. 43.

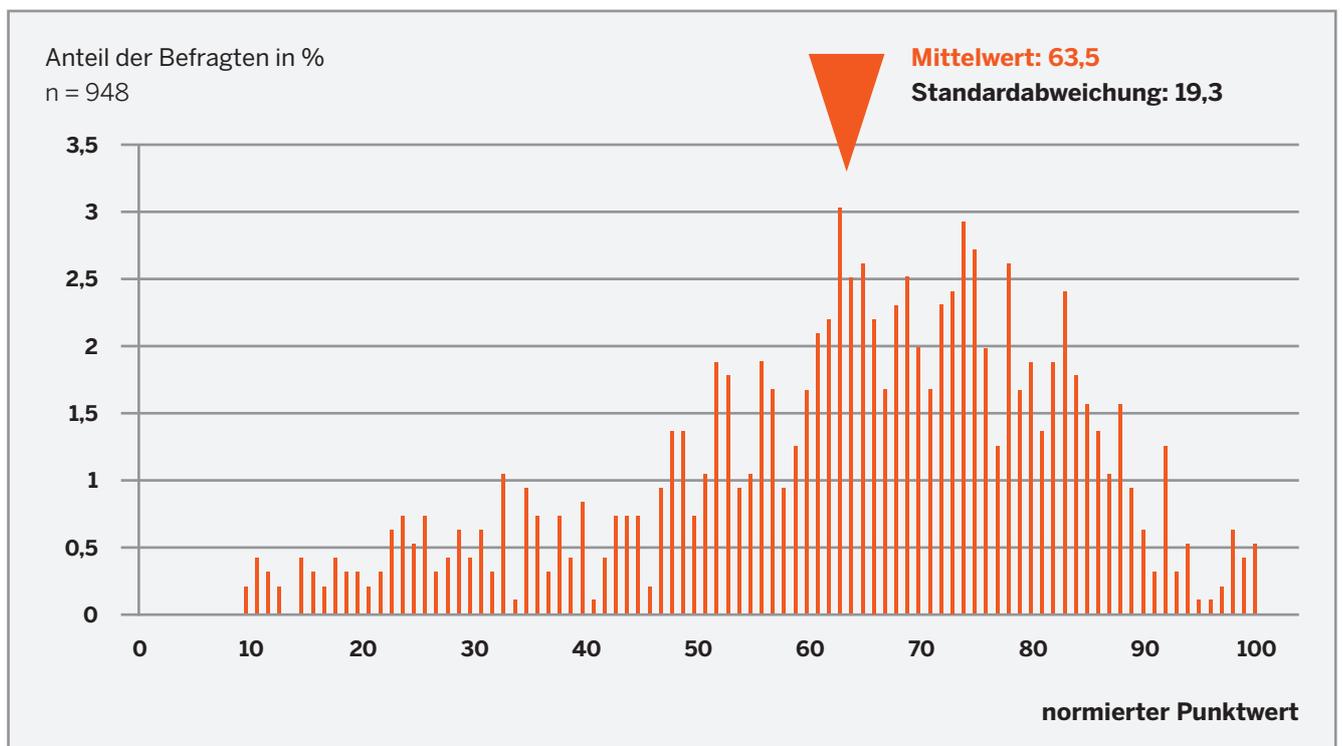
⁶ Für eine ausführliche Beschreibung der Berechnung der Dimensionswerte und des berufundfamilie-Indexes vergleiche a.a.O. S. 59f.

4. Betriebliches Familienbewusstsein aus Beschäftigtensicht

Die Unternehmen in NRW erreichen im Durchschnitt einen Wert für das Familienbewusstsein.NRW von 63,5 Punkten. Die Standardabweichung von 19,3 weist darauf hin, dass deutliche Unterschiede in Bezug auf das Familienbewusstsein der bewerteten Unternehmen existieren. Die niedrigs-

te erreichte Punktzahl liegt bei 10 Punkten, die höchste Punktzahl bei den maximal zu erreichenden 100 Punkten. Die Abbildung 7 illustriert die Verteilung des Familienbewusstseins.NRW.

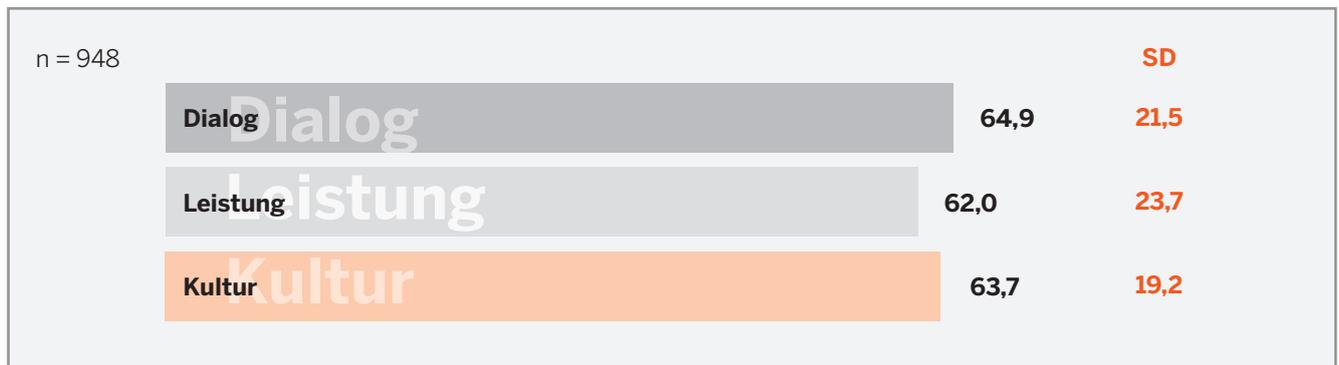
Abbildung 7: Familienbewusstsein.NRW



Aus welchen Teilbewertungen sich das Familienbewusstsein.NRW zusammensetzt, zeigt ein Blick auf die drei zugrundeliegenden Dimensionen. Abbildung 8 ist zu entnehmen, dass der Dialog mit 64,9 Punkten am besten bewertet wird, gefolgt von der Kultur (63,7 Punkte). Die Dimension Leistung wird hingegen etwas schlechter eingeschätzt (62,0 Punkte). Die Unterschiede zwischen den Dimensionswerten sind signifikant. Das bedeutet, dass die Unternehmen in NRW die Vereinbarkeit von Familie und

Beruf v.a. durch Kommunikationsprozesse mit ihren Mitarbeitenden und eine familienbewusste Unternehmenskultur zu ermöglichen versuchen, wohingegen Leistungen eine geringere Rolle spielen. Anders ausgedrückt sind „handfeste“ Maßnahmen in Relation zu einer weniger fassbaren Unternehmenskultur und dem Dialog in den Unternehmen in NRW weniger stark ausgeprägt.

Abbildung 8: Dimensionen des Familienbewusstseins.NRW



Exkurs: Vergleich mit den Ergebnissen einer Unternehmensbefragung aus dem Jahr 2007

Im Jahr 2007 wurden in einer Repräsentativerhebung insgesamt 1.001 Geschäftsführende und Personalverantwortliche von Betriebsstätten unterschiedlicher Wirtschaftszweige und mit variierender Betriebsgröße (ab sechs Mitarbeitenden) befragt. Ziel der Studie war es, das Familienbewusstsein deutscher Unternehmen mittels eines validen Instrumentes, dem berufundfamilie-Index, messbar zu machen. Der Messung lag das gleiche Konzept von Familienbewusstsein wie in der hier vorliegenden Studie zugrunde, zusammengesetzt aus den Dimensionen Dialog, Leistung und Kultur und den entsprechenden Subdimensionen. Ein Vergleich der Ergebnisse der vorliegenden Studie mit denen der damaligen Unternehmensbefragung gibt Hinweise darauf, wie sich die Beschäftigtenperspektive von derjenigen der Geschäftsführenden und Personalverantwortlichen mit Blick auf das betriebliche Familienbewusstsein unterscheidet. Ein unkommentierter Vergleich der Werte verbietet sich jedoch, da die beiden Untersuchungen unterschiedliche Zielsetzungen verfolgten und ihnen deshalb unterschiedliche Messinstrumente und unterschiedliches Messen zugrunde lagen. Darüber hinaus liegt zwischen den beiden Erhebungszeitpunkten ein Zeitraum von vier Jahren. Insgesamt weisen das Familienbewusstsein.NRW (mit 63,5 Punkten) sowie der berufundfamilie-Index für NRW (63,4) annähernd die gleichen Werte auf. Die Einschätzung der einzelnen Dimensionen variiert jedoch deutlich. So wurde die Dimension Kultur von den Unternehmensvertretern deutlich besser eingeschätzt als von den Beschäftigten (71,0 zu 63,7), die Dimension Dialog hingegen deutlich schlechter (56,3 zu 64,9). Die Dimension Leistung wird aus beiden Perspektiven ähnlich bewertet (60,8 bei den Unternehmen zu 62,0 bei den Beschäftigten). Hierdurch weicht auch die Rangfolge der Dimensionen voneinander ab: Während von den Geschäftsführenden und Personalverantwortlichen die Kultur die beste Bewertung erfuhr, gefolgt von der Leistung und zuletzt dem Dialog, so bewerten die Beschäftigten den Dialog am besten, gefolgt von der Kultur und zuletzt der Leistung.

Vergleiche zur Unternehmensbefragung und zum berufundfamilie-Index:

Schneider, Helmut/Gerlach, Irene/Wieners, Helen/Heinze, Jana (2008): Der berufundfamilie-Index – ein Instrument zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins. FFP-Arbeitspapier Nr. 4. Münster und Berlin.

Schneider, Helmut/Gerlach, Irene/Heinze, Jana/ Wieners, Helen (2010): Betriebliches Familienbewusstsein – geschlechts- oderqualifikationsgetrieben? Eine empirische Analyse des Familienbewusstseins deutscher Unternehmen. In: DBW 70 (2010) 2, S. 125 – 144.

Während die drei Dimensionen des Familienbewusstseins durch die Beschäftigten insgesamt relativ ähnlich bewertet werden, zeigen sich deutliche Unterschiede, sobald man den Fokus auf die Subdimensions-Ebene legt (vgl. Abbildung 9).

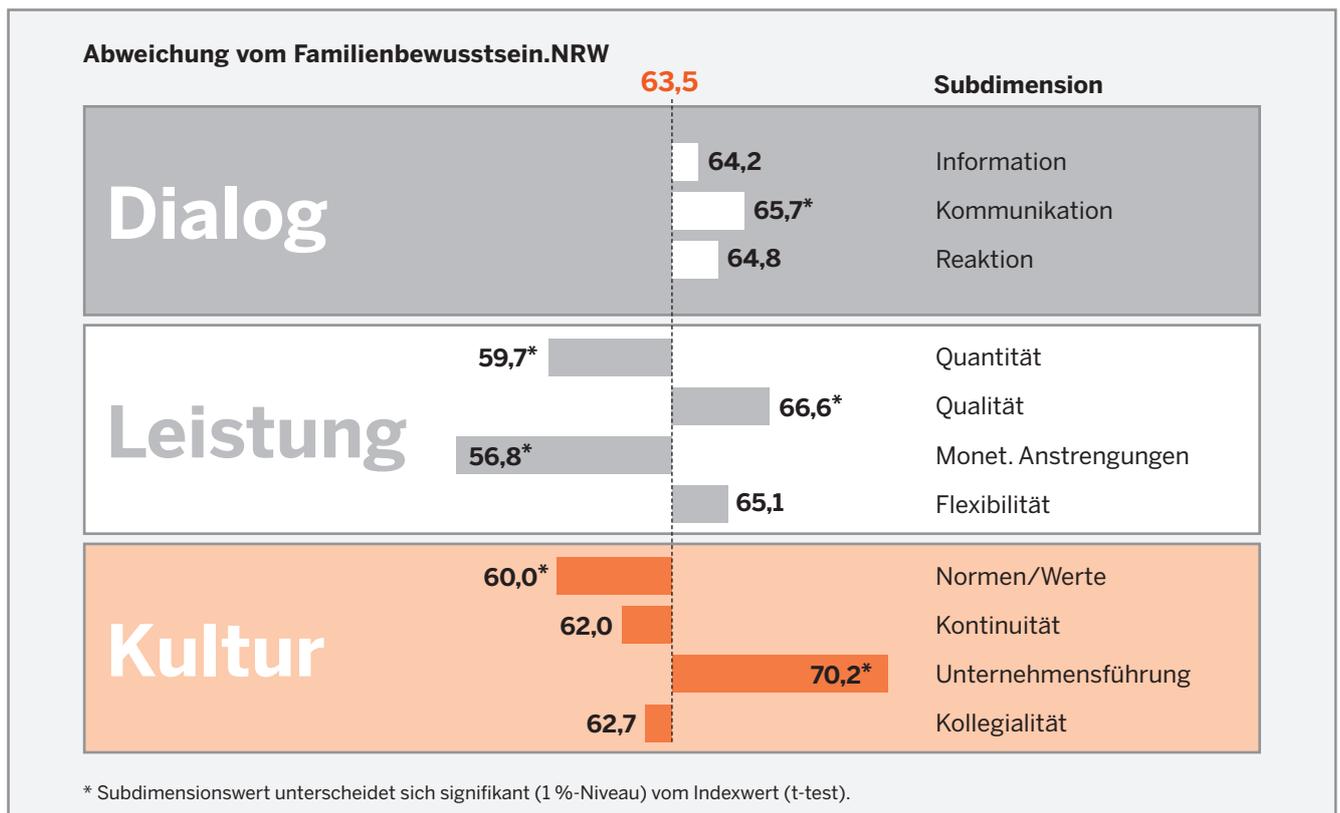
Mit Blick auf die Dimension Dialog ist zu konstatieren, dass alle Subdimensionen leicht höhere Werte als der Gesamtwert erzielen. Insbesondere die Subdimension Kommunikation setzt sich positiv ab, was darauf hindeutet, dass der Austausch zwischen Mitarbeitenden und Ansprechpartnern im Unternehmen über Themen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf besonders gut funktioniert.

Bei der Dimension Leistung zeigen zwei Subdimensionen, namentlich die Quantität der familienbewussten Leistungen sowie der Umfang der monetären Anstrengungen des Betriebes, besonders niedrige Werte. Die Qualität der angebotenen Leistungen wird jedoch besonders gut bewertet. Dies lässt sich dahingehend interpretieren, dass die Beschäftigten in NRW mehrheitlich nicht auf ein vielfältiges und kostenintensives Maßnahmenangebot zugreifen können, es ihnen aber dennoch gelingt, Vereinbarkeitsprobleme durch die (wenigen) vorhandenen Maßnahmen sowie informelle Regelungen zufriedenstellend zu lösen. In diesem Zusammenhang ist möglicherweise auch die flexible Nutzung familienbewusster Personalmaßnahmen von Bedeutung.

Auch in der Dimension Kultur variiert die Bewertung der unterschiedlichen Subdimensionen deutlich. Hier wird die Subdimension Normen und Werte besonders schlecht, diejenige der Unternehmensführung besonders gut bewertet. Dies zeigt, dass es in vielen Unternehmen noch nicht als selbstverständlich angesehen wird, die beiden Lebensbereiche Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren. Frauen und insbesondere Männer, die am Arbeitsplatz ihre familialen Interessen vertreten, gelten teilweise noch als Ausnahmeerscheinung. Dennoch zeigt die positive Bewertung der Unternehmensführung, dass Beschäftigte mit Familienpflichten häufig durch den direkten Vorgesetzten und/oder die Unternehmensführung bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt werden.

Zusätzliche Informationen zur Ausgestaltung des Leistungsangebots in den Betrieben Nordrhein-Westfalens bietet eine Untersuchung der angebotenen Maßnahmen. Im Rahmen der Studie wurde ein Spektrum von 14 familienbewussten betrieblichen Leistungen abgefragt, von denen durchschnittlich 5,5 angeboten werden. Mit Blick auf die Betriebsgröße zeigt sich ein u-förmiger Verlauf: Kleinbetriebe bieten mit 6,0 überdurchschnittlich viele familienbewusste Maßnahmen an, ebenso wie Großbetriebe mit 6,5 Maßnahmen. Diesen beiden Betriebsgrößen gegenüber halten kleine Betriebe (5,1) sowie mittlere Betriebe (5,2) ein signifikant kleineres Angebot familienbewusster Personalmaßnahmen vor.

Abbildung 9: Bewertung der Subdimensionen im Vergleich zum Familienbewusstsein.NRW

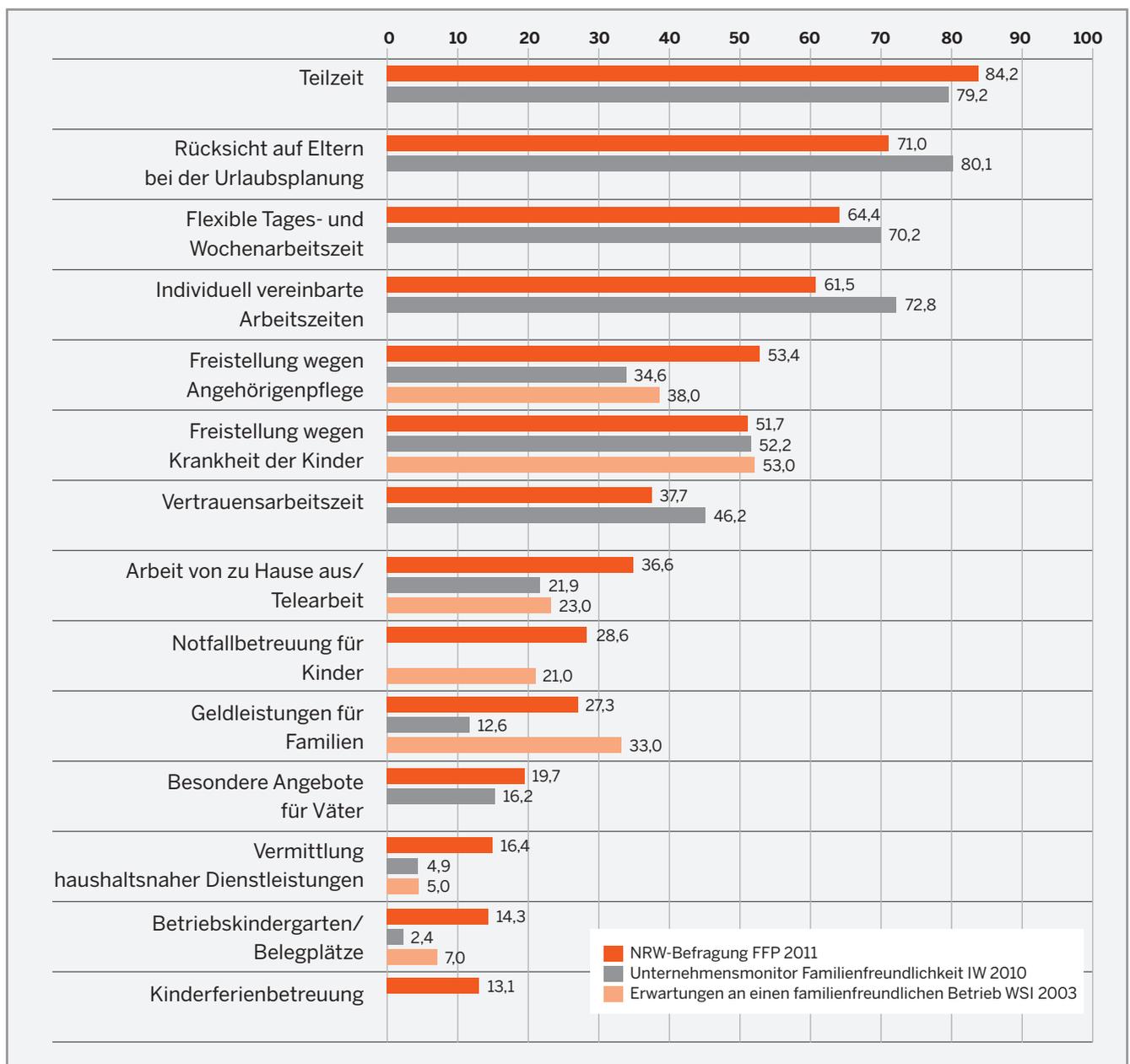


Die Befragten gaben an, ob die jeweilige Leistung in ihrem Betrieb angeboten wird oder nicht (vgl. Abbildung 10). Dabei zeigte sich, dass insbesondere Maßnahmen zur Gestaltung der Arbeitszeit genutzt werden, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ermöglichen. So ist Teilzeit die am häufigsten genannte Leistung; sie wird in 84 % der Unternehmen angeboten. Auch eine flexible Tages- und Wochenarbeitszeit (64,4 %) sowie individuell vereinbarte Arbeitszeiten (61,5 %) werden den Beschäftigten häufig angeboten. Ein weiteres wichtiges Maßnahmenbündel sind Urlaubs- und Freistellungsregelungen. So wird in 71 % der Betriebe bei der Urlaubsplanung Rücksicht auf Eltern genommen. Weiterhin bieten viele Betriebe Freistellungs-

regelungen zur Angehörigenpflege (53,4 %) sowie wegen Krankheit des Kindes⁷ (51,7 %) an. Dienstleistungen (z. B. Notfallbetreuung für Kinder, Betriebskindergärten oder Hilfe bei der Vermittlung haushaltsnaher Dienstleistungen) sowie monetäre Leistungen für Familien werden in den Betrieben hingegen deutlich seltener angeboten.

Die folgende Abbildung setzt das in der vorliegenden Studie erhobene Maßnahmenangebot der Betriebe in NRW in Relation zu gesamtdeutschen Ergebnissen aus zwei weiteren Studien, dem „Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit“ sowie der Studie „Erwartungen an einen familienfreundlichen Betrieb“.

Abbildung 10: Familienbewusste Personalmaßnahmen – Ergebnisse der FFP-Studie im Vergleich



⁷ Die Freistellung wegen Krankheit des Kindes bezieht sich ausdrücklich auf Freistellungsmöglichkeiten, die über den gesetzlichen Rahmen hinausgehen.

Exkurs: Vergleich mit dem Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010

Im Rahmen einer vom IW Köln durchgeführten Befragung aus dem Jahr 2009 wurden Geschäftsführernde und Personalverantwortliche deutscher Unternehmen zu den betrieblichen Handlungsfeldern Arbeitszeitflexibilisierung/Telearbeit, Elternzeit/Elternförderung, Kinder- und Angehörigenbetreuung sowie Familienservice befragt. In diesem Rahmen wurde unter anderem ein breites Spektrum familienbewusster Maßnahmen abgefragt, so dass diese Ergebnisse für Gesamtdeutschland nun mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie für NRW verglichen werden können. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist jedoch zu beachten, dass die Angaben von unterschiedlichen Interviewpartnern (Unternehmensmonitor: Personalverantwortliche und Geschäftsführende; vorliegende Studie: Beschäftigte) gemacht wurden, so dass bei den Ergebnissen der Beschäftigtenbefragung auch der Bekanntheitsgrad der einzelnen Angebote in die Antworten der Befragten einfluss. Zudem liegt zwischen den zwei Befragungszeitpunkten eine Zeitspanne von zwei Jahren.

Während gemäß der vorliegenden FFP-Studie in NRW Teilzeit mit 84,2% die am häufigsten angebotene Maßnahme ist, ist dies in der gesamtdeutschen Studie die besondere Rücksichtnahme auf Eltern (z. B. bei der Urlaubsplanung) (80,1%). Doch auch Teilzeitarbeit erreicht hier eine sehr hohe Verbreitung (79,2%). Auch die anderen Maßnahmen im Bereich Arbeitszeit erreichen, wie auch in der vorliegenden FFP-Studie, einen hohen Verbreitungsgrad. Mit Bezug auf den Arbeitsort zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede: Während in der gesamtdeutschen Studie Telearbeit nur in 21,9% der Unternehmen angeboten wird, ist in NRW in 36,6% der Unternehmen Arbeit von zu Hause aus möglich. Deutliche Unterschiede zeigen sich auch mit Blick auf eine monetäre Unterstützung der Eltern: Finanzielle Leistungen werden deutschlandweit nur bei 12,6% der Unternehmen angeboten, während es in NRW 27,3% sind. Auch Möglichkeiten der Kinderbetreuung wurden von den Beschäftigten in NRW mit 14,3% deutlich häufiger genannt als von den befragten Unternehmensvertretern in ganz Deutschland (2,4%). Mit Blick auf Arbeitsfreistellungen zeigen sich ähnliche Werte für die Arbeitsfreistellung wegen Krankheit der Kinder (D: 52,2%; NRW: 51,7%). Arbeitsfreistellung wegen Pflege von Angehörigen wird in der vorliegenden Studie (53,4%) jedoch deutlich häufiger genannt als in der deutschlandweiten (34,6%).

Der Unternehmensmonitor nimmt – ebenso wie die vorliegende FFP-Studie – die Unternehmensgröße als Einflussfaktor für das Angebot familienbewusster Maßnahmen in den Blick. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass Unternehmen mit 250 oder mehr Mitarbeitenden besonders viele familienbewusste Maßnahmen anbieten. Dies deckt sich nur teilweise mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie, in deren Rahmen nicht nur die Großunternehmen, sondern auch die Kleinstunternehmen als besonders familienbewusst identifiziert wurden.

Vergleiche zum Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010: BMFSFJ (2010): Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, Berlin.

Exkurs: Vergleich mit der Studie „Erwartungen an einen familienfreundlichen Betrieb“

Während die vorliegende Studie das Angebot an familienbewussten Maßnahmen analysiert hat, wurden 2003 im Rahmen einer Beschäftigtenbefragung im Auftrag des Deutschen Gewerkschaftsbundes und des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) die Erwartungen der Beschäftigten an einen familienfreundlichen Betrieb untersucht. Die Studie ergab, dass Beschäftigte mit Familienpflichten die Schaffung familienfreundlicher Arbeitszeit als wichtigsten Handlungsbereich sehen, gefolgt von finanzieller Unterstützung sowie Möglichkeiten der Freistellung für Pflegeaufgaben. Die Vermittlung von Betreuungsangeboten, die Schaffung eines familienfreundlichen Arbeitsklimas sowie Angebote während der Elternzeit schätzen die Befragten hingegen als weniger wichtig ein. Im Vergleich zur vorliegenden Studie ist somit zu konstatieren, dass der großen Bedeutung, die die Beschäftigten familienfreundlichen Arbeitszeiten zumessen, durch ein weit verbreitetes Angebot an Teilzeitarbeit, flexibler Tages- und Wochenarbeitszeit sowie individuell vereinbarter Arbeitszeiten entsprochen wird. Auch dem hohen Stellenwert von Freistellungsmöglichkeiten bei den Beschäftigten wird in vielen Betrieben durch ein entsprechendes Angebot entsprochen. Demgegenüber spiegelt sich die große Bedeutung finanzieller Unterstützung nicht in einem entsprechenden betrieblichen Angebot wider.

Vergleiche zur Studie „Erwartungen an einen familienfreundlichen Betrieb“: BMFSFJ (2008): Erwartungen an einen familienfreundlichen Betrieb. Erste Auswertung einer repräsentativen Befragung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitsnehmern mit Kindern oder Pflegeaufgaben. Berlin.

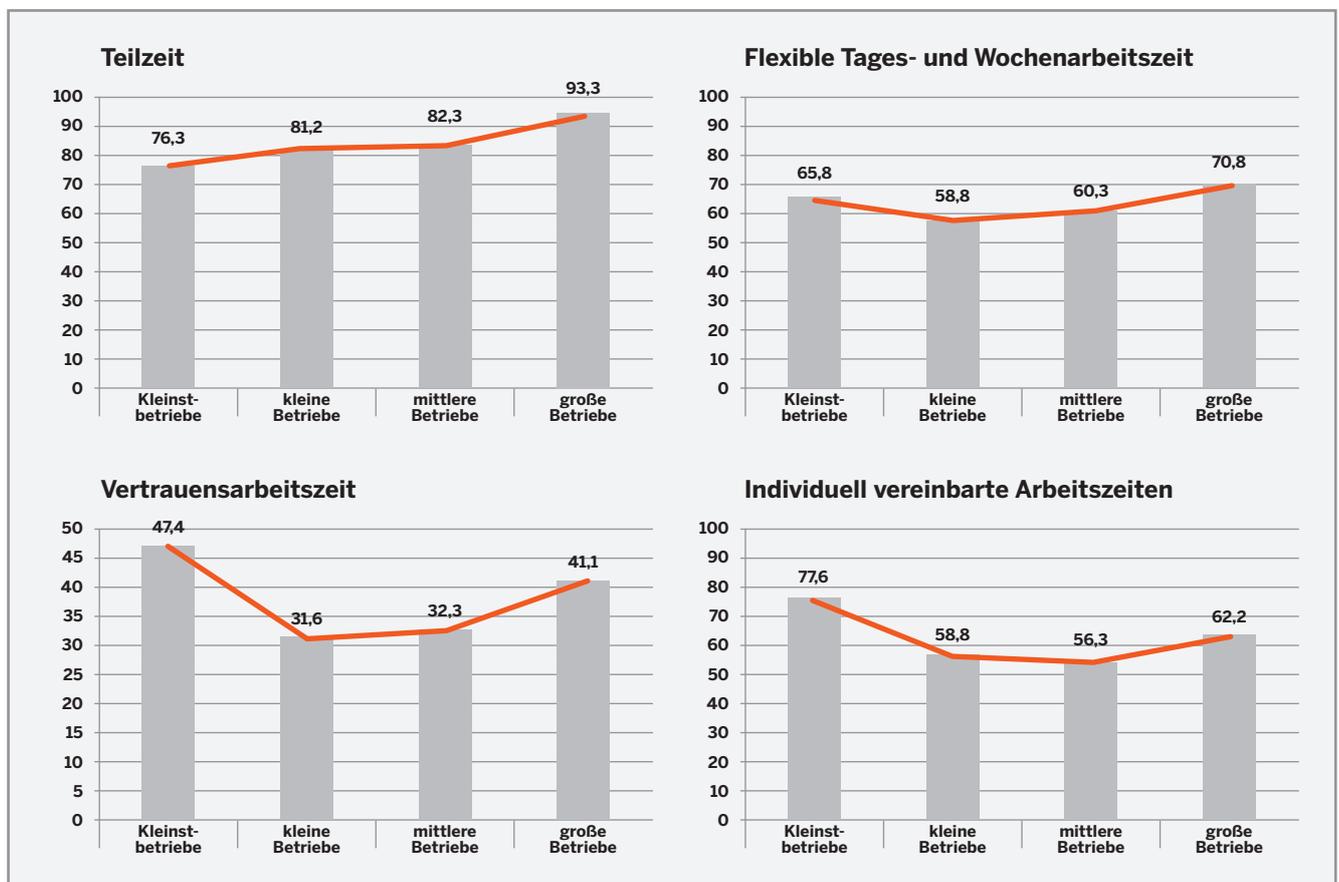
Das Angebot familienbewusster Maßnahmen in NRW variiert deutlich zwischen den Unternehmensgrößenklassen, wobei grundsätzlich zwei Muster zu identifizieren sind: Das lineare Muster, was bedeutet, dass die Maßnahmen umso häufiger angeboten werden, je größer der Betrieb ist, und das u-förmige Muster; es beschreibt die Tatsache, dass Maßnahmen in der kleinsten sowie in der größten Größenklasse besonders häufig angeboten werden.

Das lineare Muster ist bei Teilzeit, Arbeit von zu Hause aus, besonderen Angeboten für Väter, Betriebskindergarten/Belegplätzen und Kinderferienbetreuung vorzufinden. Die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit ist gesetzlich geregelt, einen Anspruch auf Teilzeit gibt es jedoch nur in Unternehmen, in denen mehr als 15 Arbeitnehmende beschäftigt sind. Das erklärt, dass Teilzeit in Kleinstunternehmen weniger weit verbreitet ist als in den größeren Unternehmen. Die Möglichkeit zur Arbeit von zu Hause aus ist ebenso wie Betriebskindergärten/Belegplätze und Kinderferienbetreuung eine Maßnahme, die den Einsatz finanzieller Ressourcen und das Vorhandensein betrieblicher Infrastrukturen

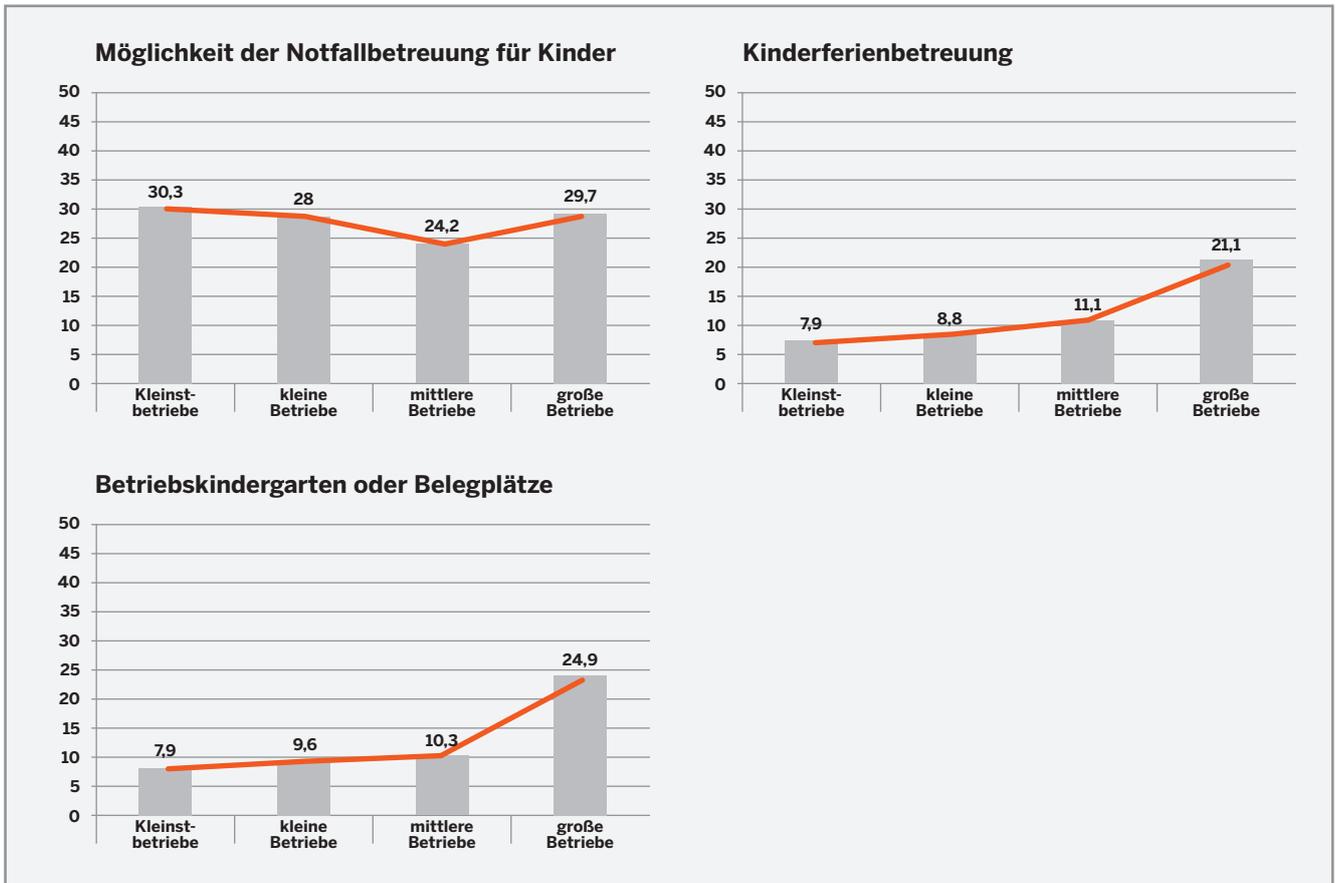
voraussetzt. Diese Voraussetzungen sind vornehmlich in größeren Betrieben vorzufinden. Eine besondere Väterförderung kann als Bestandteil eines Diversity-Managements verstanden werden, welches eher ein Handlungsbereich in größeren Unternehmen ist.

Das u-förmige Muster ist bei der besonderen Rücksichtnahme auf Eltern bei der Urlaubsplanung, flexibler Tages- und Wochenarbeitszeit, individuell vereinbarten Arbeitszeiten, über die gesetzlichen Regelungen hinausgehenden Arbeitsfreistellungen wegen Angehörigenpflege und/oder bei Krankheit von Kindern, Vertrauensarbeitszeit, Möglichkeiten der Notfallbetreuung für Kinder, Geldleistungen für Familien und Hilfe bei der Vermittlung haushaltsnaher Dienstleistungen vorzufinden. Dass diese Leistungen mehrheitlich in Kleinstbetrieben und Großunternehmen angeboten werden, kann damit erklärt werden, dass sie sowohl informell gestaltet werden können als auch als Maßnahmen eines umfassenden Portfolios von Großunternehmen angeboten werden müssen.

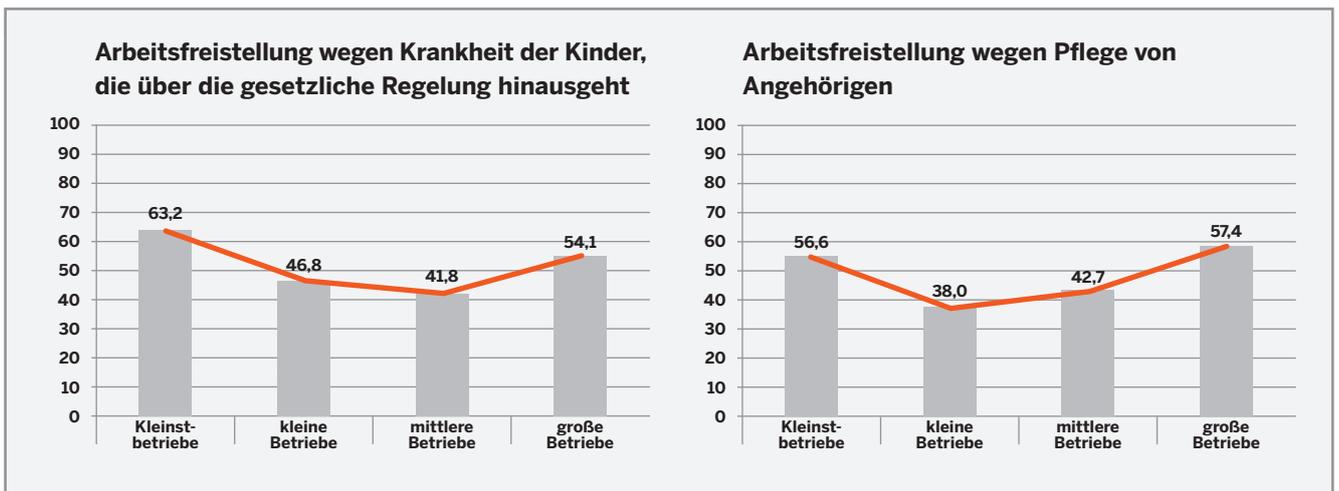
Anteil der Beschäftigten, die angeben, dass es in ihrem Betrieb arbeitszeitbezogene Maßnahmen gibt, in Prozent:



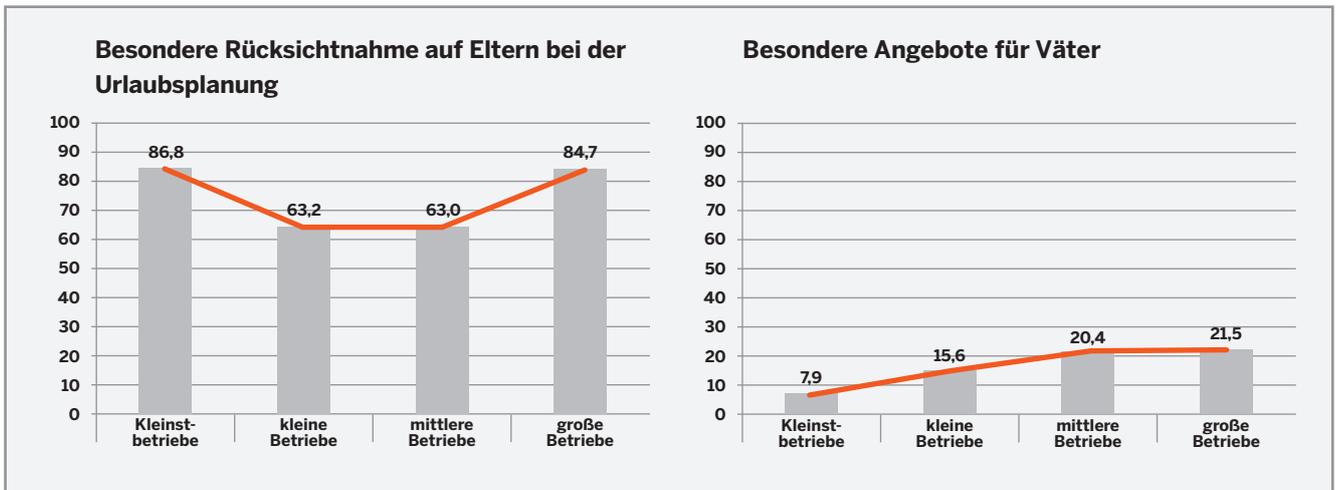
Anteil der Beschäftigten, die angeben, dass es in ihrem Betrieb betreuungsbezogene Maßnahmen gibt, in Prozent:



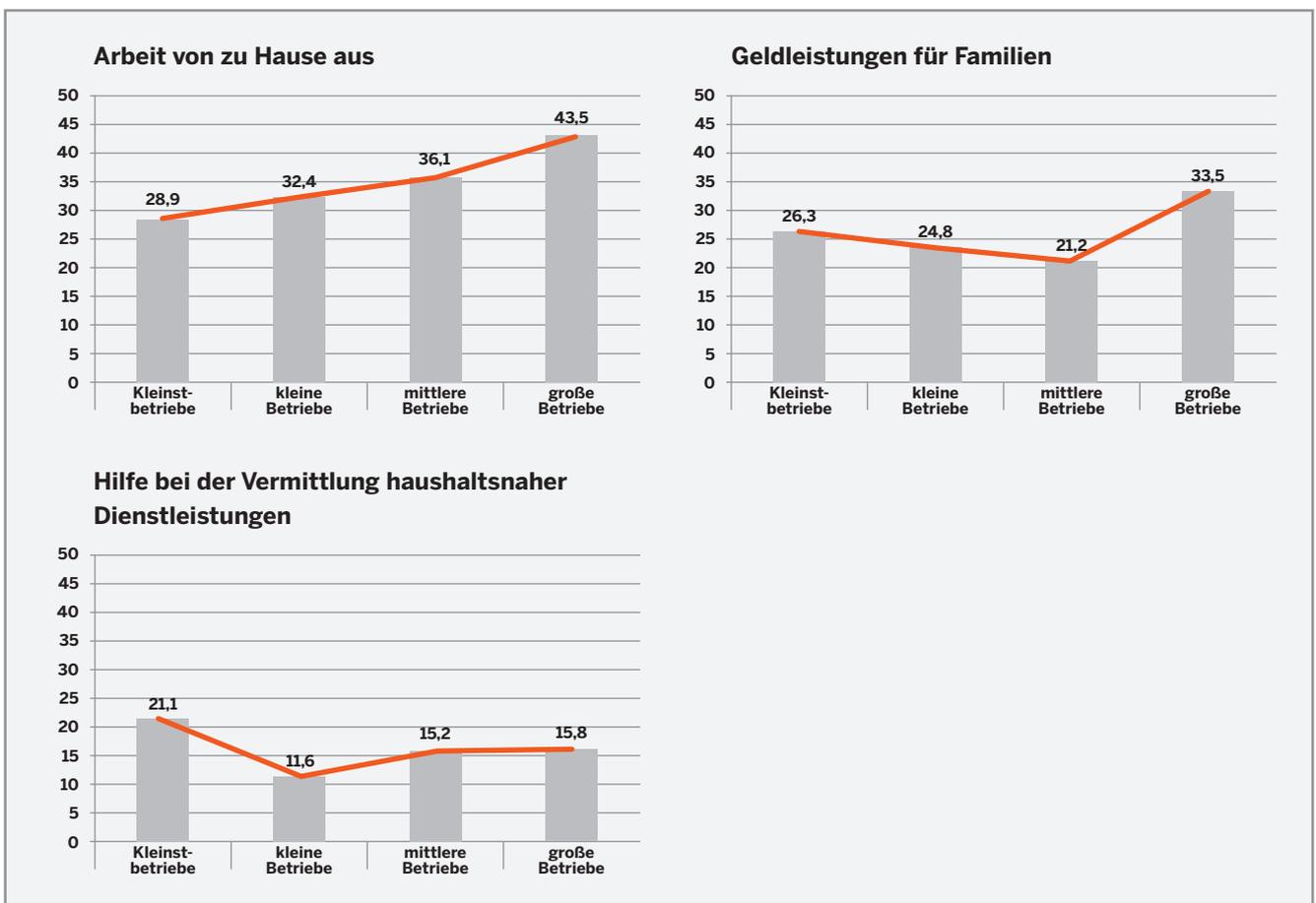
Anteil der Beschäftigten, die angeben, dass es in ihrem Betrieb Maßnahmen zur Arbeitsfreistellung gibt, in Prozent:



Anteil der Beschäftigten, die angeben, dass es in ihrem Betrieb Maßnahmen für besondere Zielgruppen gibt, in Prozent:



Anteil der Beschäftigten, die angeben, dass es in ihrem Betrieb weitere Maßnahmen gibt, in Prozent:



5. Einflussfaktoren auf die Bewertung des Familienbewusstseins

Mit Blick auf die Bewertung des Familienbewusstseins des eigenen Betriebes lassen sich theoretisch verschiedene Einflussfaktoren identifizieren. Zum einen ist davon auszugehen, dass die Charakteristika des Betriebes, z.B. bezüglich des Standorts oder Sektors von Bedeutung sind. Zum anderen beeinflussen auch Faktoren, die in der Person des Befragten begründet sind, seine Einschätzung des betrieblichen Familienbewusstseins. Hier sind erstens Faktoren zu nennen, die die berufliche Situation betreffen (z. B. das Stundenpensum) und zweitens Faktoren, die die persönliche Situation betreffen (z.B. das Alter oder die Art der Familienpflichten).

Bezüglich der betrieblichen Einflüsse standen in der Studie die Größe des Betriebes (nach Mitarbeiterzahl), der Sektor sowie der Standort im Fokus. Bezüglich der Größe des Betriebes zeigte sich ein signifikanter Unterschied zwischen Kleinstbetrieben und allen anderen Größenklassen – sie werden deutlich besser bewertet und erreichen einen Familienbewusstsein.NRW-Wert von 71,3. Bezüglich des Sektors, in dem der Betrieb tätig ist, zeigten sich jedoch keine Unterschiede zwischen Dienstleistungen, produzierendem Gewerbe und öffentlichem Dienst. Zur Untersuchung, ob das betriebliche Familienbewusstsein von regionalen Faktoren abhängt, können zwei Annahmen überprüft werden: Zum einen könnten Betriebe, die in kreisfreien Städten an-

sässig sind, familienbewusster sein als Betriebe, die nicht in kreisfreien Städten liegen. Die Datenanalysen zeigen jedoch, dass zwischen diesen beiden Gruppen kein signifikanter Unterschied besteht, die Lage in einer kreisfreien Stadt also in keinem Zusammenhang zum Familienbewusstsein steht. Zum anderen ist plausibel anzunehmen, dass die verschiedenen Regionen des Flächenlands NRW unterschiedlich hohe Familienbewusstseinswerte aufweisen, möglicherweise, weil Kleinstbetriebe die Unternehmenslandschaft dominieren oder das Unternehmertum unterschiedlich geprägt ist. Tabelle 2 zeigt die regionalen Familienbewusstseinswerte.

Insgesamt betrachtet weist das Familienbewusstsein zwischen den Regionen in NRW eine Spannweite von 6 Punkten auf und reicht von 61,3 Punkten (Niederrhein) bis 67,3 Punkten (Eifel, Venn und Börde, Ostwestfalen-Lippe). Trotz dieser Spannweite unterscheidet sich das Familienbewusstsein zwischen den Regionen nicht signifikant. Werden dagegen die Regionalwerte jeweils mit dem Wert des Familienbewusstseins.NRW in Relation gesetzt, zeigt sich für Ostwestfalen-Lippe eine signifikante Abweichung: Unternehmen in Ostwestfalen Lippe sind familienbewusster als der Durchschnitt von NRW.⁸

Tabelle 2: Familienbewusstsein regional

Region	n	Familienbewusstsein
Bergisches Land	43	63,6
Eifel, Venn und Börde	43	67,3
Kölner Bucht und Düsseldorf	135	64,4
Münsterland	86	64,6
Niederrhein	106	61,3
Ostwestfalen-Lippe	109	67,3
Ruhrgebiet	198	62,9
Sauer- und Siegerland	73	64,6
zum Vergleich: Familienbewusstsein.NRW	948	63,5

⁸ Für die Region „Eifel, Venn und Börde“ ist trotz desselben Wertes von 67,3 Punkten keine signifikante Abweichung vom Gesamtwert Familienbewusstsein.NRW nachzuweisen. Ursächlich für dieses Ergebnis sind die unterschiedlichen Größen der Teilstichproben (Eifel, Venn und Börde: n=43; Ostwestfalen-Lippe: n=109).

Bei der beruflichen Situation der Beschäftigten standen der Stundenumfang (kategorisiert in Vollzeit und Teilzeit), die Form der Beschäftigung (Angestellte und Arbeiter im Vergleich zu Beamten) sowie die Frage, ob die Beschäftigten Personalverantwortung haben oder nicht, im Vordergrund. Mit Blick auf den Stundenumfang zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten, dahingehend, dass Teilzeitbeschäftigte das Familienbewusstsein ihres Betriebes (65,6) signifikant besser einschätzten als Vollzeitbeschäftigte (62,9). Wird zwischen Teilzeit (bis 20 Stunden), qualifizierter Teilzeit (21 bis 30 Stunden) und Vollzeit (über 30 Stunden) unterschieden, kann dieser Befund erweitert werden: mit zunehmendem Stundenumfang wird das Familienbewusstsein schlechter bewertet. Bezüglich des Beschäftigungsverhältnisses (Arbeiter/Angestellter oder Beamter) sowie der Frage nach der Personalverantwortung zeigen sich jedoch keine signifikanten Unterschiede bei der Bewertung des Familienbewusstseins.

Mit Blick auf persönliche Charakteristika wurden das Geschlecht, das Alter sowie die Partnerschaftssituation des Befragten untersucht. Zudem stand die Vereinbarkeitsituation mit Blick auf Kinderbetreuungspflichten sowie Pflegeaufgaben im Fokus. Bezüglich des Geschlechts der Befragten ist zu konstatieren, dass Männer das Familien-

bewusstsein ihres Betriebes (62,3) signifikant schlechter einschätzen als Frauen (65,0). Bei einem Vergleich der drei betrachteten Altersgruppen lassen sich keine Unterschiede feststellen. Wird das Familienbewusstsein.NRW hinsichtlich Alter und Geschlecht untersucht, zeigen sich signifikante Unterschiede: Männer von 15 bis 34 Jahren bewerten das Familienbewusstsein ihres Betriebes am negativsten (61,1 Punkte), Frauen ab 50 Jahren bewerten es am positivsten (68,8 Punkte).

Beim Vergleich alleinstehender Befragter mit denjenigen in festen Partnerschaften ließen sich keine signifikanten Unterschiede feststellen. Ebenso zeigten sich keine signifikanten Unterschiede in der Bewertung des Familienbewusstseins zwischen denjenigen ohne Familienpflichten, denen mit Kinderbetreuungsaufgaben, denjenigen, die die Pflege von Angehörigen wahrnehmen, sowie denjenigen, die sowohl Kinder betreuen als auch Angehörige pflegen. Auch die Zahl der betreuten Kinder zeigte keinen nachweislichen Einfluss auf die Einschätzung des Familienbewusstseins. Bezüglich des Alters des jüngsten Kindes zeigte sich zwar eine deutlich schlechtere Bewertung durch diejenigen mit einem Kind unter drei Jahren als durch diejenigen mit Kindern anderer Altersgruppen, dieser Unterschied ist jedoch nicht signifikant.

Abbildung 11:
Familienbewusstsein.NRW nach Alter und Geschlecht

	Männer	Frauen
15 bis 34 Jahre	61,1	65,4
35 bis 49 Jahre	63,1	62,2
50 Jahre und älter	62,4	68,8
Familienbewusstsein.NRW	63,5	

Fazit

Die vorliegende FFP-Studie hat erstmals das betriebliche Familienbewusstsein der Unternehmen in NRW aus der Sicht der Beschäftigten gemessen. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Betriebe in NRW in punkto Familienbewusstsein bereits recht gut aufgestellt sind: Mit einem Familienbewusstsein.NRW von 63,5 Punkte erreichen sie beinahe zwei Drittel der möglichen Punkte. Um zu beurteilen, ob dieser Wert im deutschlandweiten Vergleich besonders gut oder schlecht ist, böte sich die Durchführung der gleichen Befragung in anderen Bundesländern an. Auch eine Wiederholungsbefragung nach Ablauf von zwei oder drei Jahren empfiehlt sich – hierdurch ließe sich beurteilen, ob der hohe Familienbewusstsein.NRW-Wert Ausdruck einer langfristigen positiven Entwicklung in Richtung mehr Familienbewusstsein oder nur ein temporäres Phänomen ist.

Bezüglich der Einflussfaktoren auf das betriebliche Familienbewusstsein hat die Analyse des Familienbewusstseins NRW und seiner (Sub-)Dimensionen unter anderem eine zentrale Erkenntnis hervorgebracht: Familienbewusstsein ist eine Frage der Unternehmensgröße. Dabei punkten zum einen Großunternehmen, aber auch gerade Kleinstunternehmen mit einer besonders familienbewussten Bewertung durch ihre Mitarbeitenden. Dies zeigt, dass mehrere Wege zu dem Ziel eines familienbewussten Betriebes füh-

ren können: Zum einen kann Familienbewusstsein über die Schaffung von Kommunikationskanälen, Unternehmensleitlinien und einer breitem Portfolio familienbewusster Personalmaßnahmen erreicht werden. Dies ist die Strategie der Großbetriebe. Zum anderen kann Familienbewusstsein auch bedeuten, über informelle Kommunikationswege und kurze Entscheidungswege jeweils an den aktuellen Bedarf der Mitarbeitenden angepasste Vereinbarkeitslösungen zu suchen – die Strategie der Kleinstbetriebe.

Zwischen den Kleinst- und den Großbetrieben haben kleine und mittlere Betriebe größere Schwierigkeiten, Familienbewusstsein zu schaffen. Sie sind zu groß, um für jeden Bedarfsfall eine informelle Lösung zu finden, und zu klein, um hohe Investitionen in Informationsbeschaffung, Kommunikationskanäle und familienbewusste Leistungen zu tätigen. Besonders auffällig ist, dass kleine Betriebe in nahezu allen (Sub-)Dimensionen die niedrigsten Werte realisieren. In der Unterstützung gerade dieser Betriebe eröffnet sich für die Familienpolitik ein Ansatz zur Förderung des betrieblichen Familienbewusstseins. Neben Angeboten der Beratung zu Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf speziell für kleine und mittlere Unternehmen besteht eine weitere erfolgversprechende Strategie in der Förderung von Unternehmensnetzwerken, um die Potenziale der einzelnen Unternehmen in gemeinsamen Angeboten zu bündeln.

Tabelle 3: Gesamtbild zum betrieblichen Familienbewusstsein – nach Betriebsgrößen

	Kleinstbetriebe (1-9 Beschäftigte)	Kleine Betriebe (10-49 Beschäftigte)	Mittlere Betriebe (50-249 Beschäftigte)	Große Betriebe (ab 250 Beschäftigte)
Information	71,7	61,9	66,0	63,4
Kommunikation	72,8	63,1	65,6	67,9
Reaktion	75,1	62,9	65,5	63,9
Dialog	73,2	62,6	65,7	65,1
Quantität	60,4	58,1	61,2	59,9
Qualität	78,7	65,1	65,9	66,2
Investition	62,3	54,8	57,1	57,8
Flexibilität	77,1	63,8	65,3	64,4
Leistung	68,9	60,4	62,4	62,0
Normen	66,8	58,7	59,1	61,8
Kontinuität	64,7	62,4	62,9	60,9
Unternehmensführung	80,2	68,8	70,9	68,9
Klima	75,7	61,7	61,6	62,4
Kultur	71,8	62,9	63,6	63,5
Familienbewusstsein.NRW	71,3	61,9	63,9	63,5

IMPRESSUM

Herausgeber

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen
Haroldstraße 4, 40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 837-02
info@mfkjks.nrw.de
www.mfkjks.nrw.de

Autoren

Forschungszentrum
Familienbewusste Personalpolitik:
Prof. Dr. Irene Gerlach
David Juncke M.A.
Inga Laß M.A.

Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen bzw. Wahlbewerbern oder Wahlhelferinnen bzw. Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen

Haroldstraße 4, 40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 837-02
info@mfkajs.nrw.de
www.mfkajs.nrw.de

