



Wie väterfreundlich ist die deutsche Wirtschaft?

Trends, Rahmenbedingungen
und Entwicklungspotenziale

Wie väterfreundlich ist die deutsche Wirtschaft?

Trends, Rahmenbedingungen
und Entwicklungspotenziale

Erstellt im Auftrag des Unternehmensprogramms „Erfolgsfaktor Familie“
des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Management Summary

Eine gelingende Vereinbarkeit von Familie und Beruf trägt maßgeblich zur Fachkräftesicherung bei. Wenn Frauen (mehr) arbeiten können, profitieren davon Unternehmen und die Wirtschaft insgesamt. Deshalb haben sich Unternehmen in Deutschland schon seit längerer Zeit auf den Weg zu mehr Familienfreundlichkeit gemacht. Im Fokus ihrer Anstrengungen stehen in erster Linie die Mütter. Es gilt jedoch, auch **die Väter in den Blick** zu nehmen. So kann Eltern eine ihren Wünschen entsprechende partnerschaftliche Vereinbarkeit ermöglicht werden.

Die vorliegende Studie gibt Antworten auf die Frage, wie **väterfreundlich die deutsche Wirtschaft** schon ist und wo noch Potenziale bestehen. Sie basiert auf zwei repräsentativen Erhebungen und verbindet die Perspektiven von Geschäftsführungen/ Personalverantwortlichen mit der von berufstätigen Vätern.

- Für Väter ist eine gelingende Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein sehr wichtiges Anliegen. Deutlich wird das durch die Bereitschaft der Väter, ihre Arbeitsstelle zu wechseln. Rund 450.000 Väter in Deutschland haben schon einmal den **Arbeitgeber zugunsten einer besseren Vereinbarkeit gewechselt**. Und mehr als 1,7 Millionen Väter denken darüber häufig oder zumindest manchmal nach. Diese hohe Wechselbereitschaft ist gerade in den aktuellen Zeiten des Fachkräftemangels ein großes Unternehmensrisiko.
- Zur Reduzierung dieses Risikos können Unternehmen ihre **Personalpolitik stärker auf die Erwartungen von Vätern ausrichten**. Das bisherige Engagement von Unternehmen reicht nicht aus: Zum einen überschätzen Unternehmen ihre Väterfreundlichkeit. Zum anderen genügt es nicht, lediglich vereinbarkeitsfördernde Personalmaßnahmen einzuführen. Das entsprechende Angebot ist in Unternehmen vorhanden. Jedoch ist betriebliche Väterfreundlichkeit nur wirksam, wenn Personalmaßnahmen in eine väterbewusste Unternehmenskultur eingebettet und die Anliegen der Väter in puncto Vereinbarkeit thematisiert und ernst genommen werden.

- Mehr als ein Viertel (27%) der Unternehmen in Deutschland sind Vorreiter in Sachen Väterfreundlichkeit. Dem gegenüber stehen 15 Prozent, die kaum väterfreundlich sind. Im breiten Mittelfeld (58%) liegen Unternehmen, die auf der einen Seite ambitioniert an die **betriebliche Väterfreundlichkeit** herangehen oder sich auf der anderen Seite eher passiv verhalten. Diese Unternehmenstypen haben unterschiedliche Herausforderungen und Potenziale.
- Die **Corona-Pandemie** hat die Vereinbarkeitsanliegen von Vätern in den Blickpunkt der Personalpolitik gerückt. Väter waren ebenso wie die Mütter auf Unterstützung ihrer Arbeitgeber angewiesen, um den Herausforderungen von Kita- und Schulschließungen begegnen zu können. Unternehmen haben pragmatisch unterstützt und zum Teil alte Gewohnheiten – insbesondere mit Blick auf die Präsenzkultur – über Bord geworfen. Mittlerweile lässt sich nachweisen, dass dieser Schub in Richtung bessere Vereinbarkeit Bestand hat. Die Auswirkungen der Pandemie haben zum Teil zu langfristigen Verbesserungen der Väterfreundlichkeit beigetragen.
- **Potenziale zur nachhaltigen Steigerung der Väterfreundlichkeit** liegen insbesondere in den Bereichen der Kommunikation und der Unternehmenskultur – und weniger beim Ausbau vereinbarkeitsfördernder Personalmaßnahmen. Konkret hilft es beispielsweise, wenn bei beruflichen Terminabsprachen auch auf Väter mit familiären Verpflichtungen Rücksicht genommen wird. Außerdem fällt Führungskräften eine Vorbildfunktion zu. Väter berichten von einem Nachholbedarf der Führungskräfte, wenn es um deren Engagement für die Vereinbarkeit geht.

Insgesamt sind Unternehmen in Deutschland gut beraten, ihre Väterfreundlichkeit **im eigenen Interesse zu stärken**. Eine entsprechende Unternehmens- und Personalpolitik kann ihre Zukunftsfähigkeit mit Blick auf den gesellschaftlichen und demografischen Wandel sichern und dazu beitragen, Wettbewerbsvorteile auf dem Arbeitsmarkt zu realisieren.

Inhalt

1. Einleitung
2. Erwartungen von Vätern an Unternehmen
3. Väterfreundlichkeit der Unternehmen in Deutschland
4. Väterfreundlichkeit nach der Corona-Pandemie
5. Potenziale für die Väterfreundlichkeit
6. Fazit
7. Methodik

1

Einleitung

Einleitung

Aktive Vaterschaft liegt im Trend der heutigen Vätergeneration. Das bedeutet zum Beispiel, dass sich die Väter ebenso wie die Mütter für die Erziehung und das Wohl der Kinder verantwortlich fühlen und sich zu einem großen Teil in der Elternzeit Zeit für ihre Kinder nehmen.

Treiber des Trends zu aktiver Vaterschaft ist, dass immer mehr Elternpaare heutzutage eine partnerschaftliche Vereinbarkeit von Familie und Beruf leben möchten. Darunter wird die näherungsweise gleichmäßige Aufteilung von Erwerbs- und Familienarbeit zwischen Vätern und Müttern verstanden.

Die Familienpolitik hat insbesondere mit dem Ausbau der Kindertagesbetreuung und dem Elterngeld wesentliche Rahmenbedingungen für mehr Partnerschaftlichkeit geschaffen und entwickelt diese ständig weiter. Dennoch fallen Wunsch und Wirklichkeit bei der Realisierung partnerschaftlicher Vereinbarkeit noch auseinander. Bei den Müttern übersteigen die Erwerbswünsche noch immer ihre tatsächliche Erwerbsbeteiligung. Und viele Väter wollen weniger arbeiten.

Diese Ergebnisse lenken den Blick auf die betriebliche Ebene. Denn ganz konkret entscheidet sich dort, wie Eltern – und insbesondere Vätern – die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gelingt. Insgesamt besteht dabei noch deutlicher Verbesserungsbedarf.

Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen nimmt die Studie die Väterfreundlichkeit in den Unternehmen in den Blick, beschreibt den Status quo und skizziert Potenziale für mehr Väterfreundlichkeit.

Insbesondere wird untersucht,

- wie sich der fortwährende Bedeutungszuwachs von partnerschaftlicher Vereinbarkeit auf die Anforderungen von Vätern an ihre Arbeitgeber auswirkt,
- wie väterfreundlich die deutsche Wirtschaft ist und wo Verbesserungspotenziale liegen,
- inwiefern die personalpolitischen Fortschritte, die im Kontext der Corona-Pandemie mit Blick auf die Väter umgesetzt wurden, von Dauer sind,
- inwieweit berufliche Sorgen von Vätern, die Beruf und Familie mit der Mutter partnerschaftlich aufteilen wollen und dafür berufliche Auszeiten nehmen, begründet sind.

Zur Beantwortung dieser Fragen fußt die Studie auf einer breiten Datenbasis:

- Zur Erfassung der Unternehmensperspektive wurde eine repräsentative Befragung von 600 Personalverantwortlichen/Geschäftsführungen durchgeführt.
- Die Perspektiven von Vätern werden durch eine repräsentative Befragung von 1.000 erwerbstätigen Vätern mit minderjährigen Kindern erfasst.

Beide Befragungen wurden im Sommer 2022 durchgeführt.

Die Befragungsergebnisse, ergänzt um weitere wissenschaftliche Literatur, bieten ein einzigartiges Gesamtbild zu den betrieblichen Rahmenbedingungen und Entwicklungsperspektiven in Bezug auf die Väterfreundlichkeit der deutschen Wirtschaft.

2

**Erwartungen
von Vätern an
Unternehmen**

Väter sind mehrheitlich mit ihrer Arbeitszeit unzufrieden. Flexibilität und Arbeitszeitreduktion sind für sie wichtig

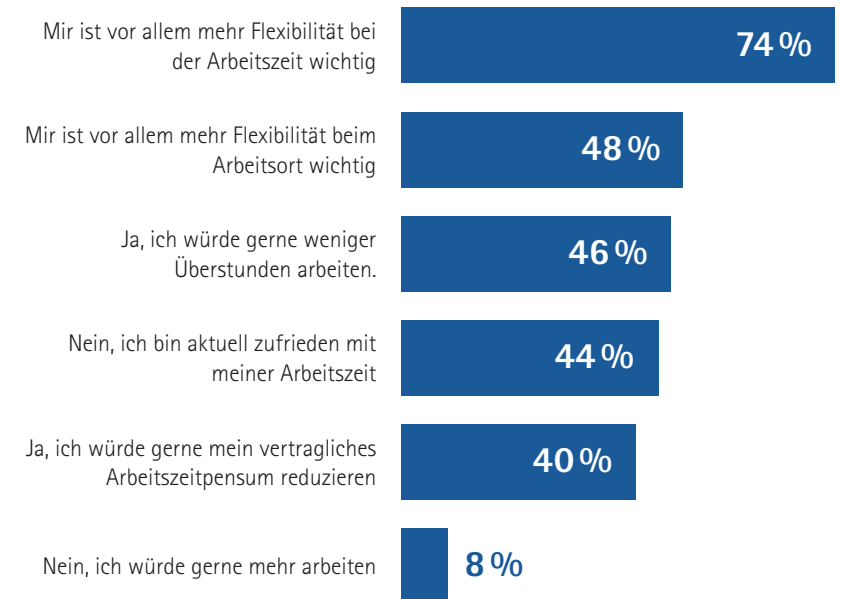
Weniger als die Hälfte der Väter (44%) ist zufrieden mit ihrer Arbeitszeit. 40 Prozent würden gerne ihr vertragliches Arbeitspensum reduzieren, 46 Prozent möchten weniger Überstunden arbeiten. Und jeder dritte Vater würde gerne sowohl Überstunden als auch die Arbeitszeit reduzieren.

Noch wichtiger als eine Arbeitszeitreduktion ist den Vätern jedoch Flexibilität: Knapp drei von vier Vätern (74%) legen Wert auf Flexibilität bei der Arbeitszeit. Für fast die Hälfte der befragten Väter ist Flexibilität auch mit Blick auf den Arbeitsort wichtig. Dabei ist 93 Prozent der Väter, die Wert auf Flexibilität beim Arbeitsort legen, gleichzeitig auch Flexibilität bei der Arbeitszeit wichtig.

Jüngere Väter wünschen sich häufiger eine Reduzierung der Arbeitszeit: Jeweils rund die Hälfte würde gerne weniger Überstunden arbeiten und/oder die Arbeitszeit reduzieren. 77 Prozent ist Flexibilität bei der Arbeitszeit wichtig, 56 Prozent beim Arbeitsort. Nur 36 Prozent geben an, zufrieden zu sein. Von den Beschäftigten ab 45 Jahren gibt dagegen mehr als die Hälfte an, zufrieden mit der Arbeitszeit zu sein.

Würden Sie gerne Ihre Berufstätigkeit zugunsten der Familie reduzieren?

(Mehrfachangaben möglich)



Quelle: Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Schlechte Vereinbarkeit kann Arbeitgeberwechsel begünstigen

Für immerhin 17 Prozent der Väter scheint ihre aktuelle berufliche Situation nicht ideal, um Familie und Beruf unter einen Hut zu bekommen. Sie denken häufig darüber nach, aus diesem Grund zu einem Arbeitgeber zu wechseln, wo dies besser funktionieren könnte. Für 23 Prozent der Väter ist dies zwar kein allgegenwärtiges, aber ein Thema, das sie manchmal beschäftigt. Jeder zehnte Vater hat bereits den Arbeitgeber gewechselt, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können.

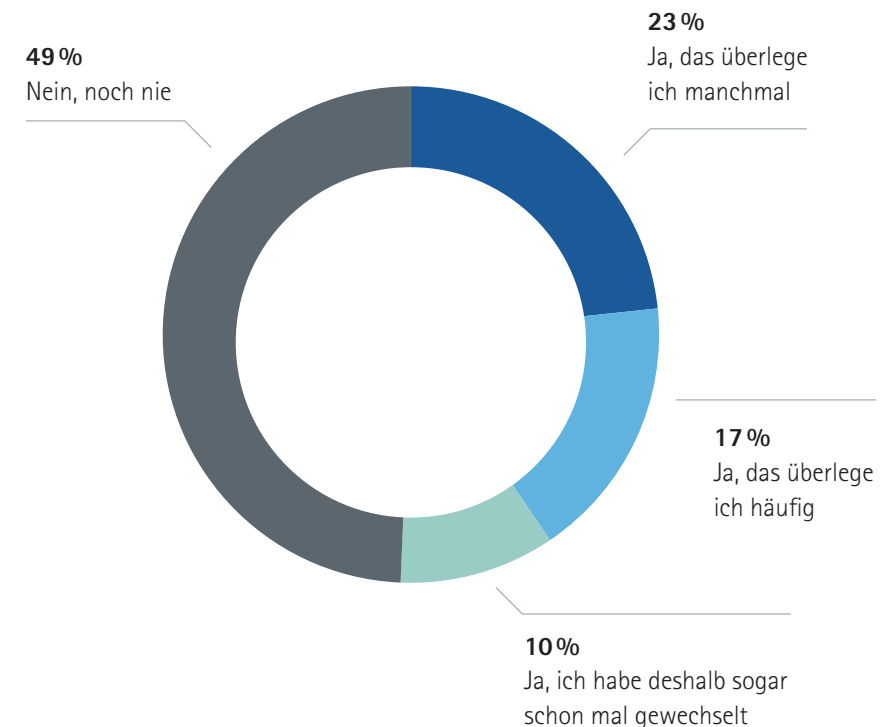
Jeder zweite Vater hat somit für eine bessere Vereinbarkeit den Arbeitgeber bereits gewechselt oder denkt zumindest darüber nach.

Für Unternehmen ist dies eine große Chance: Mit einer Personalpolitik, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt, können sie bei ihren aktuellen Arbeitnehmern punkten und Mitarbeitende in Zeiten des Fachkräftemangels an sich binden. Gleichzeitig steigern sie damit ihre Attraktivität als Arbeitgeber im Wettbewerb um kompetente Arbeitnehmer.

Das Bewusstsein für derartige Aspekte der Arbeitgeberattraktivität ist vorhanden. 75 Prozent der Unternehmen geben an, dass ihren Führungskräften die Bedeutung von Familienfreundlichkeit für die Fachkräftesicherung klar sei.

Allerdings geben nur rund 56 Prozent der Unternehmen an, (eher) der Meinung zu sein, dass sie mit ihren Angeboten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf einen Vorteil im Wettbewerb um männliche Fachkräfte haben.

Haben Sie sich schon mal überlegt, den Arbeitgeber zu wechseln, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können?



Quelle: Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.



Die Wechselbereitschaft von Vätern ist ein Unternehmensrisiko

Die Wechselbereitschaft unter Vätern, die sich erhoffen in einem neuen Arbeitsverhältnis Beruf und Familie besser vereinbaren zu können, ist ein Unternehmensrisiko. Dessen Dimension wird mit Blick auf die absoluten Zahlen offensichtlich. Unternehmen können mit Väterfreundlichkeit bei der Bindung und Gewinnung von Fachkräften punkten.

Rd. 450 Tsd.

Väter haben schon einmal den Arbeitgeber gewechselt, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können,

rd. 770 Tsd.

Väter denken häufig darüber nach,

rd. 1,04 Mio.

Väter denken manchmal darüber nach.

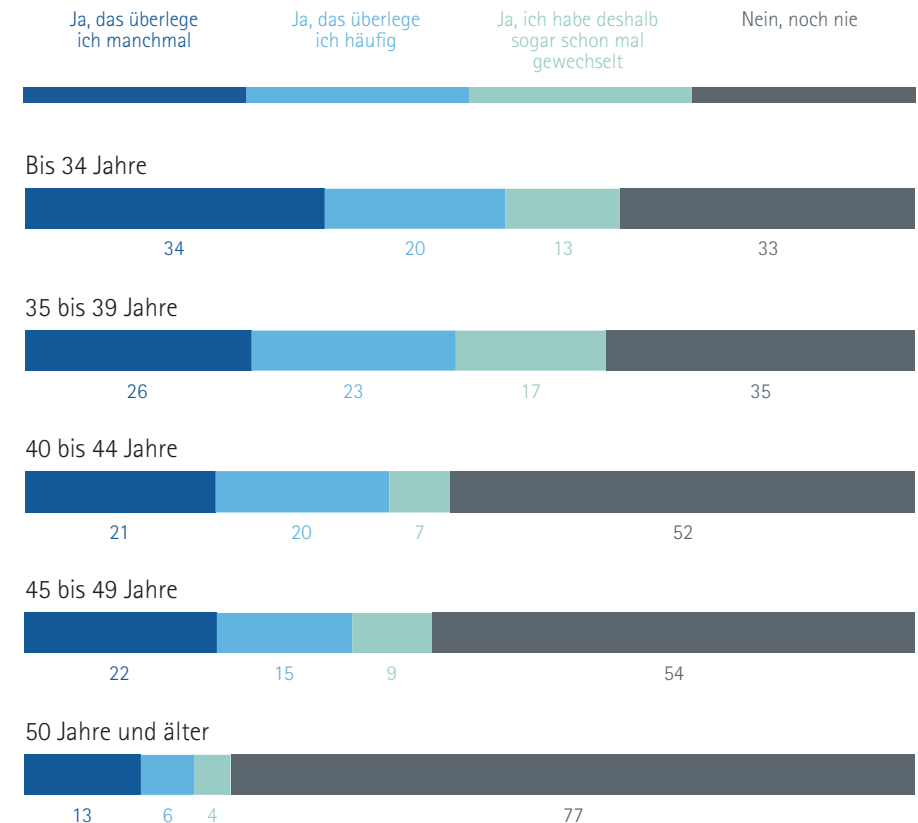
Quelle: Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Hohe Wechselbereitschaft insbesondere in der Generation der jüngeren Väter

Es zeigt sich, dass jüngere Väter eine höhere Wechselbereitschaft aufweisen als ältere: Während von den Vätern ab 50 Jahren nur 4 Prozent schon einmal den Arbeitgeber gewechselt haben, sind es bei den Vätern unter 35 Jahren 13 Prozent, von denjenigen zwischen 35 und unter 40 Jahren 17 Prozent. Von den Vätern ab 50 Jahren denken auch nur 19 Prozent über einen Wechsel nach, während es von den Vätern unter 35 Jahren 54 Prozent sind, von denjenigen zwischen 35 und unter 40 Jahren 49 Prozent. Der Anteil der Väter, die noch nie über einen Wechsel nachgedacht haben, steigt von 33 Prozent bei den unter 35-Jährigen auf 77 Prozent bei den über 50-Jährigen.

Des Weiteren steigt die Wechselbereitschaft mit der Zahl der Kinder, und auch bei Vätern in kleinen Unternehmen ist sie erhöht. Väter im produzierenden Gewerbe denken überdurchschnittlich häufig über einen Wechsel nach, aber haben bisher seltener tatsächlich gewechselt.

Haben Sie sich schon mal überlegt, den Arbeitgeber zu wechseln, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können?



Quelle: Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

3

**Väterfreund-
lichkeit der
Unternehmen
in Deutschland**

Väterfreundlichkeit: deutliche Bewertungsunterschiede zwischen Unternehmen und Vätern

Gefragt nach einer allgemeinen Selbsteinschätzung bewerten sich Unternehmen überwiegend (63 %) als sehr väterfreundlich. Weitere 31 Prozent stufen sich teilweise väterfreundlich ein. Kein Unternehmen gab an, überhaupt nicht väterfreundlich zu sein.

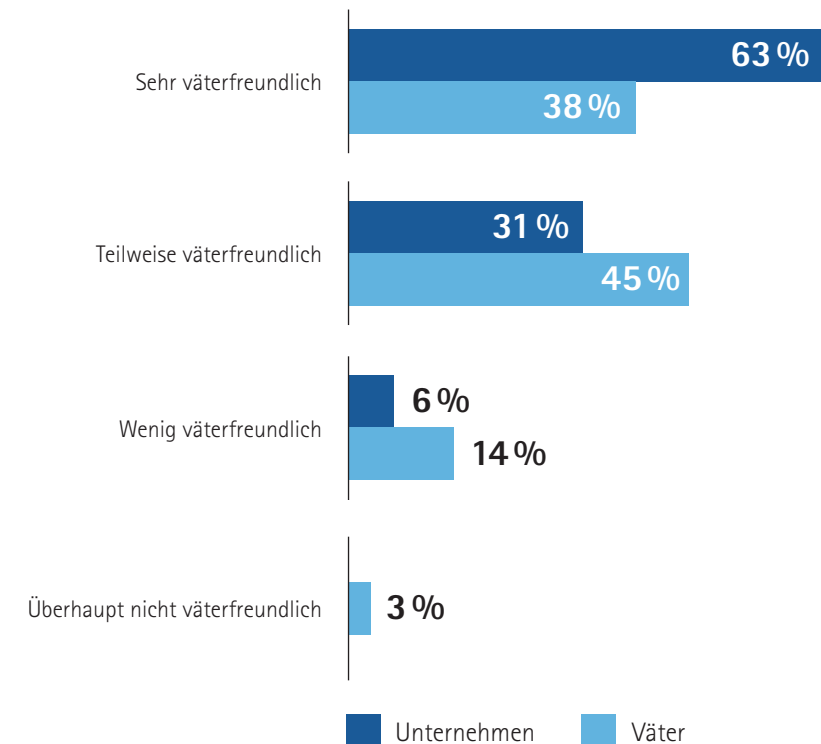
Die Einschätzung der Väter weicht davon ab: Sie bewerten ihre Unternehmen deutlich seltener sehr väterfreundlich (38 %), dafür häufiger teilweise väterfreundlich (45 %). 14 Prozent der Väter finden ihr Unternehmen wenig und 3 Prozent überhaupt nicht väterfreundlich.

Diese Wahrnehmungsunterschiede zwischen Unternehmenssicht und Vatersicht können verschiedene Gründe haben. Möglich ist, dass Unternehmen ihre Selbsteinschätzung zur Väterfreundlichkeit mit Blick auf die vorhandenen Angebote abgeben; Väter hingegen treffen ihre Bewertung möglicherweise stärker mit Blick auf das, was ihnen fehlt und rekurren auf eigene Erfahrungen bei der betrieblichen Vereinbarkeit von Familie und Beruf.¹

In Bezug auf die Wechselbereitschaft von Vätern lässt sich festhalten: Von den Vätern, die ihr Unternehmen als sehr väterfreundlich bewerten, gibt ein überdurchschnittlich hoher Anteil (67 %) an, noch nie über einen Arbeitgeberwechsel nachgedacht zu haben, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können. Diejenigen, die ihr Unternehmen schlechter bewerten, denken dagegen häufiger über einen Wechsel nach.

¹ Gerade weil die allgemeine Selbsteinschätzung nur ein sehr grober Indikator für die Väterfreundlichkeit ist, werden im Folgenden Elemente von Väterfreundlichkeit differenzierter herausgearbeitet.

Einschätzung Väterfreundlichkeit.



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Das Angebot vereinbarkeitsfördernder Personalmaßnahmen ist tendenziell gut aufgestellt

Die Mehrheit der Unternehmen (56 %) nimmt das eigene Angebot vereinbarkeitsfördernder Maßnahmen als gut aufgestellt wahr, während von den Vätern nur 25 Prozent das Maßnahmenangebot ihres Unternehmens als gut aufgestellt bezeichnen. Väter, die das Maßnahmenangebot weniger gut aufgestellt sehen, denken häufiger über einen Wechsel des Arbeitgebers nach, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können, als solche, die uneingeschränkt zustimmen.

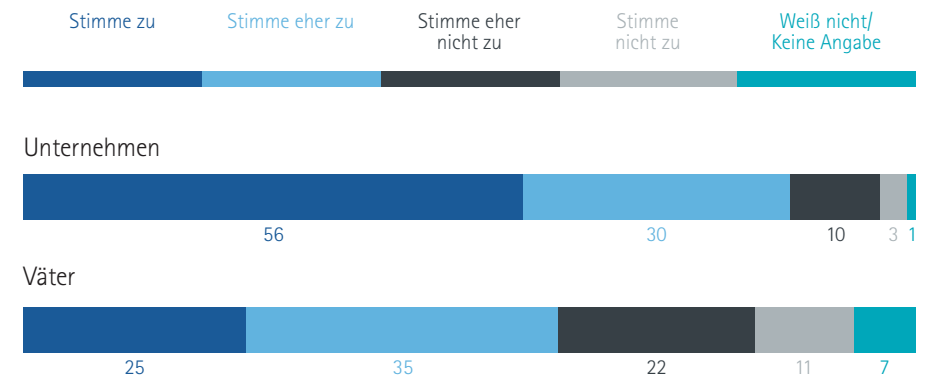
Sowohl aus Sicht der Unternehmen als auch aus Sicht der Väter sind flexible Arbeitszeitmodelle am weitesten verbreitet. So geben drei Viertel (75 %) der Unternehmen und 60 Prozent der Väter an, dass es bei ihnen flexible Arbeitszeitmodelle gibt. Bei 72 Prozent der Unternehmen gibt es zudem individuell vereinbarte Arbeitszeiten. Von den Vätern berichtet nur knapp die Hälfte (49 %) von diesem Angebot. Noch drastischer fällt der Unterschied bei den Teilzeitangeboten aus: Hier berichten 70 Prozent der Unternehmen, aber nur 37 Prozent der Väter, dass dieses Angebot zur Verfügung steht. Ein Teilzeitangebot für Führungskräfte bejahen 48 Prozent der Unternehmen und 26 Prozent der Väter.¹

Vergleichsweise selten verbreitet sind neben Teilzeitmodellen für Führungskräfte väterspezifische Informations- und Beratungsangebote. Nur 16 Prozent der Unternehmen und 17 Prozent der Väter berichten von einem solchen Angebot.

Bemerkenswert ist, dass es bei den Vätern Wissensdefizite in Bezug auf das Vorhandensein familienbewusster Maßnahmen gibt: 15 Prozent der Väter wissen nicht, ob ihr Unternehmen Teilzeit anbietet, fast ein Viertel weiß nicht, ob es Teilzeitmodelle für Führungskräfte gibt.

¹ Bei den Ergebnissen ist zu beachten, dass nicht alle angebotenen Maßnahmen allen Mitarbeitenden in einem Unternehmen gleichermaßen zur Verfügung stehen.

Das Maßnahmenangebot für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf von Vätern ist in meinem Unternehmen gut aufgestellt.



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Die Mehrheit der Väter erlebt keine negativen Reaktionen aus beruflichem Umfeld auf ihre Elternzeit

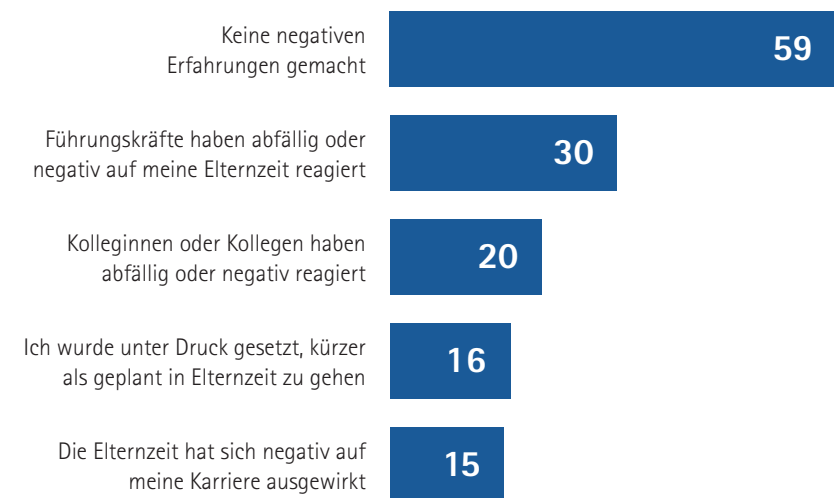
Sehr konkret wird familiäres Engagement von Vätern, wenn sie in Elternzeit gehen und dabei Elterngeld beziehen und sich damit Zeit für ihre Kinder nehmen. Und entgegen weit verbreiteter Vermutungen hat eine deutliche Mehrheit der Väter (59%) keine negativen Erfahrungen im Zusammenhang mit der Elternzeit gesammelt.

Ein knappes Drittel der befragten Väter berichtet jedoch von negativen oder abfälligen Kommentaren von ihrer Führungskraft. Immerhin 16 Prozent der Väter wurden sogar unter Druck gesetzt, kürzer in Elternzeit zu gehen, als sie geplant hatten. Man kann also vermuten, dass einige der Väter eventuell sogar länger als die üblichen zwei Monate in Elternzeit gehen wollten, aber darauf hingewirkt wurde, dass sie dies nicht tun. Jeder fünfte Vater macht die Erfahrung, dass Kolleginnen und Kollegen negativ auf seine Elternzeitnahme reagiert haben. Ein relativ kleiner Teil, der aber auch nicht völlig zu vernachlässigen ist, gibt an, dass sich ihre Elternzeit negativ auf ihre Karriere ausgewirkt habe. Die Befunde passen zu den Ergebnissen anderer Studien.¹

Wenig überraschend: Väter, die keine der genannten Erfahrungen gemacht haben, geben überdurchschnittlich häufig an, noch nie über einen Arbeitgeberwechsel nachgedacht zu haben, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können. Väter mit negativen Erfahrungen denken dagegen mehrheitlich manchmal oder häufig über einen Wechsel nach.

¹ Mohr et al. (2022): Diskriminierungserfahrungen von fürsorgenden Erwerbstätigen im Kontext von Schwangerschaft, Elternzeit und Pflege von Angehörigen. Abschlussbericht erstellt im Auftrag der Antidiskriminierungsstelle des Bundes. Nomos.

Haben Sie im Zusammenhang mit Ihrer Elternzeit eine oder mehrere der folgenden Erfahrungen gemacht?



Quelle: Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

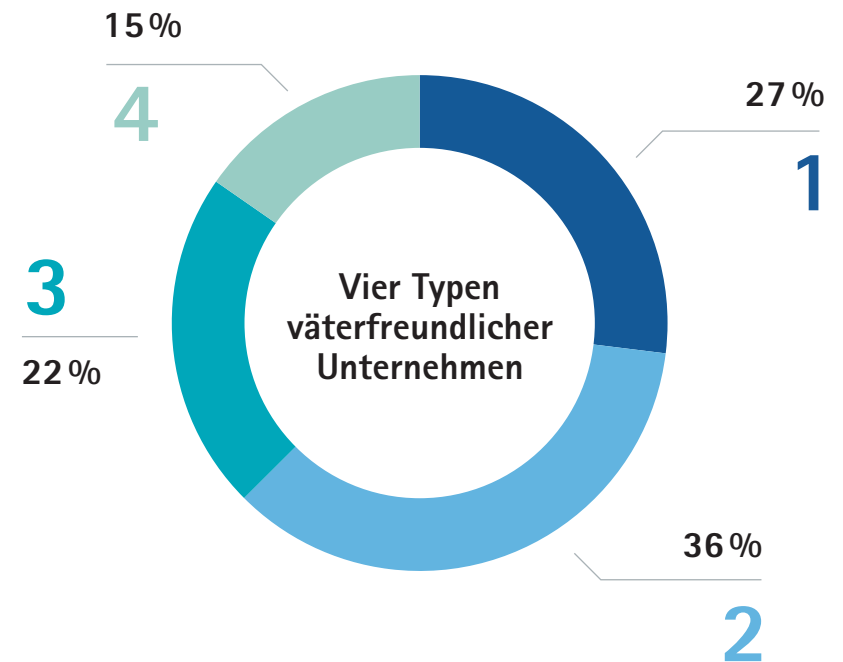
Vier Typen väterfreundlicher Unternehmen

Väterfreundlichkeit bemisst sich nicht allein am Angebot vereinbarkeitsfördernder Maßnahmen. Ohne Kommunikation im Unternehmen fehlt Vätern das Wissen um das Vorhandensein, die Voraussetzungen und die Vorgehensweise bei der Beantragung, um die Maßnahmen in Anspruch nehmen zu können. Fehlt eine entsprechende Unternehmenskultur, haben Väter möglicherweise Hemmungen, die Maßnahmen in Anspruch zu nehmen, da sie negative Konsequenzen fürchten. **Ein väterfreundliches Unternehmen zeichnet sich daher durch das Vorhandensein verschiedener Personalmaßnahmen sowie eine väterfreundliche Kommunikation und Kultur aus.**



Anhand von fünf verwendeten Indikatoren und mittels einer statistischen Clusteranalyse¹ können die Unternehmen in vier Typen unterteilt werden:

- 1 Die Vorreiter:** 27 Prozent der Unternehmen sind Vorreiter in puncto Väterfreundlichkeit. Diese Unternehmen bieten viele familienbewusste Maßnahmen an, sie verfügen überwiegend über eine väterfreundliche Kultur und Kommunikation und die meisten Väter nehmen Elternzeit.
- 2 Die Ambitionierten:** Die größte Gruppe bilden mit einem guten Drittel (36 Prozent) die „ambitionierten Unternehmen“. Trotz weit verbreiteter Ansätze bei den Personalmaßnahmen, der Kultur und der Kommunikation ist die Elternzeit unter Vätern oftmals noch nicht (stark) verbreitet.
- 3 Die Passiven** sind 22 Prozent der Unternehmen. Unter ihnen befinden sich recht unterschiedliche Unternehmen. Hauptmerkmal der Väterfreundlichkeit ist die vergleichsweise weit verbreitete Nutzung von Elternzeit durch Väter.
- 4 Die Nachzügler:** 15 Prozent der Unternehmen in Deutschland sind kaum väterfreundlich. Mit Blick auf verschiedene Merkmale sind die Nachzügler der Gegenpol zu den Vorreitern: Es mangelt an familienbewussten Personalmaßnahmen, einer entsprechenden Kultur und Kommunikation. Elternzeit von Vätern ist eine Seltenheit.



¹ Zur Indikatorik und Methodik: siehe Anhang

Quelle: Unternehmensbefragung 2021. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Typ 1: Die Vorreiter

Strukturmerkmale

- Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche sind überproportional häufig vertreten. Die Verteilung von kleinen, mittleren und großen Unternehmen entspricht in etwa der in der Grundgesamtheit.
- Unter den Vorreitern sind keine Unternehmen, in denen ausschließlich männliche Beschäftigte tätig sind.

25 %

haben ausschließlich männliche Führungskräfte

Väterfreundliche Personalmaßnahmen

- Vorreiter bieten mindestens drei der sechs erfassten Maßnahmen väterfreundlicher Personalpolitik an
- Bei der großen Mehrheit der Vorreiter (92 Prozent) nehmen auch männliche Führungskräfte diese Maßnahmen in Anspruch.

62 %

haben ein umfassendes Angebot von fünf bis sechs Maßnahmen

Kommunikation

- Fast alle Vorreiter informieren die Väter über die Kinderkrankentage.
- In Vorreiter-Unternehmen thematisieren die Führungskräfte mehrheitlich in den jährlichen Mitarbeitergesprächen mit Vätern Aspekte der Vereinbarkeit.

83 %

thematisieren Vereinbarkeitsfragen in Personalgesprächen

Elternzeit und Teilzeit

- In einem Teil der Unternehmen (28%) arbeiten keine Männer, die Anspruch auf Elternzeit haben. Bei den restlichen Unternehmen ist die Nutzung von Elternzeit durch Väter weit verbreitet.
- In mehr als der Hälfte der Unternehmen gibt es männliche Beschäftigte, die in Teilzeit arbeiten
- Bei einem Fünftel der Unternehmen gibt es männlichen Führungskräfte, die in Teilzeit arbeiten.

56 %

berichten, dass (fast) alle Väter Elternzeit nutzen

Quelle: Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Typ 2: Die Ambitionierten

Strukturmerkmale

- Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche sind überproportional vertreten.
- Die Verteilung von kleinen, mittleren und großen Unternehmen entspricht in etwa der in der Grundgesamtheit der Unternehmen in Deutschland.
- In vier von zehn Unternehmen beträgt der Männeranteil der Beschäftigten 80 bis 100 Prozent.

43 %

haben ausschließlich männliche Führungskräfte

Väterfreundliche Personalmaßnahmen

- Die Ambitionierten bieten mindestens zwei der sechs erfassten Maßnahmen väterfreundlicher Personalmaßnahmen an.
- In gut acht von zehn Unternehmen der Ambitionierten nehmen Führungskräfte selbst entsprechende Maßnahmen in Anspruch.

31 %

haben ein umfassendes Angebot von fünf bis sechs Maßnahmen

Kommunikation

- Eine große Mehrheit der Ambitionierten (82%) informiert Väter über die Kinderkrankentage.
- Die Führungskräfte bei den ambitionierten Unternehmen thematisieren mehrheitlich auch in den jährlichen Mitarbeitergesprächen mit Vätern Aspekte der Vereinbarkeit.

81 %

thematisieren Vereinbarkeitsfragen in Personalgesprächen

Elternzeit und Teilzeit

- In nur einem Viertel der ambitionierten Unternehmen (24%) ist die Nutzung eher die Regel als die Ausnahme. In einem weiteren Viertel nehmen Väter üblicherweise keine Elternzeit.
- In einem guten Drittel der Unternehmen gibt es männliche Beschäftigte, die in Teilzeit arbeiten.
- Der Anteil der Unternehmen, in denen männlichen Führungskräfte in Teilzeit arbeiten, liegt unter 10 Prozent.
- Bei einem Fünftel der Unternehmen gibt es männlichen Führungskräfte, die in Teilzeit arbeiten.

49 %

berichten, dass (fast) alle Väter Elternzeit nutzen

Typ 3: Die Passiven

Strukturmerkmale

- In diesem Typ ist die Branchengruppe Handel, Instandhaltung, Reparatur von Kfz; Verkehr und Lagerei; Gastgewerbe; Information und Kommunikation überrepräsentiert.
- Der Anteil großer Unternehmen fällt hier im Vergleich zu den anderen Typen am geringsten aus.
- Unter den Passiven sind keine Unternehmen, in denen ausschließlich männliche Beschäftigte tätig sind. In einem Drittel beträgt der Männeranteil der Beschäftigten 80 bis unter 100 Prozent.

43 %

haben ausschließlich männliche Führungskräfte

Väterfreundliche Personalmaßnahmen

- Die Spannweite der väterfreundlichen Instrumente reicht bei den Passiven von keiner bis zu fünf der erfassten Personalmaßnahmen. Mehrheitlich (87 Prozent) bieten sie zwischen einer und vier Maßnahmen an.
- In sechs von zehn Unternehmen nutzen auch männliche Führungskräfte diese Maßnahmen.

7 %

haben ein umfassendes Angebot von fünf bis sechs Maßnahmen

Kommunikation

- Eine Mehrheit von 62 Prozent informiert Väter über die Kinderkrankentage.
- In ähnlich vielen Unternehmen thematisieren die Führungskräfte in den jährlichen Mitarbeitergesprächen mit Vätern Aspekte der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

56 %

thematisieren Vereinbarkeitsfragen in Personalgesprächen

Elternzeit und Teilzeit

- In einer Hälfte der passiven Unternehmen ist die Elternzeitnutzung durch Väter weit verbreitet. Andererseits arbeiten in fast der Hälfte der Unternehmen keine Männer, die Anspruch auf Elternzeit haben.
- In einem Drittel der Unternehmen gibt es männliche Beschäftigte, die in Teilzeit arbeiten.
- Der Anteil der Unternehmen, in denen männlichen Führungskräfte in Teilzeit arbeiten, liegt bei 13 Prozent.

38 %

berichten, dass (fast) alle Väter Elternzeit nutzen

Typ 4: Die Nachzügler

Strukturmerkmale

- Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe sowie aus der Branchengruppe Handel, Instandhaltung, Reparatur von Kfz; Verkehr und Lagerei; Gastgewerbe; Information und Kommunikation sind hier deutlich überrepräsentiert, Dienstleistungsunternehmen dagegen unterrepräsentiert.
- Zudem sind kleine Unternehmen überrepräsentiert, während mittlere Unternehmen unterrepräsentiert sind.
- Die Nachzügler sind von Männern geprägt: In drei Vierteln beträgt der Männeranteil 80 bis 100 Prozent.

73 %

haben ausschließlich männliche Führungskräfte

Väterfreundliche Personalmaßnahmen

- Ein Drittel der Nachzügler bietet gar keine der erfassten väterfreundlichen Personalmaßnahmen an, ein weiteres Drittel hat lediglich eine Maßnahme im Angebot.
- In mehr als der Hälfte der Unternehmen nutzen männliche Führungskräfte selbst keine väterfreundlichen Maßnahmen.

0 %

haben ein umfassendes Angebot von fünf bis sechs Maßnahmen

Kommunikation

- Eine väterspezifische Information zu Kinderkrankentagen erfolgt in einer Hälfte der Nachzügler-Unternehmen; in der anderen Hälfte gibt es derartige Informationen nicht.
- In einer Minderheit der Unternehmen werden von Führungskräften Vereinbarkeitsfragen im Personalgespräch mit Vätern behandelt.

38 %

thematizieren Vereinbarkeitsfragen in Personalgesprächen

Elternzeit und Teilzeit

- Bei den Nachzüglern ist die Nutzung von Elternzeit durch Väter die Ausnahme. In 41 Prozent der Unternehmen nehmen Väter in der Regel keine Elternzeit.
- In weniger als einem Viertel der Nachzügler gibt es männliche Teilzeitbeschäftigte.
- In fast allen Unternehmen (99%) arbeiten alle männlichen Führungskräfte in Vollzeit.

0 %

berichten, dass (fast) alle Väter Elternzeit nutzen



Väterfreundlichkeit nach der Corona- Pandemie

Das Angebot familienbewusster Maßnahmen ist durch die Corona-Pandemie erweitert worden

Die Corona-Pandemie hat Eltern vor besondere Herausforderungen gestellt. Durch die zeitweise Schließung von Betreuungseinrichtungen und Schulen bekam die Vereinbarkeit von Familie und Beruf einen völlig neuen Stellenwert. Eltern mussten mehr Zeit für Betreuung aufwenden und/oder im Homeschooling Unterricht ersetzen.¹ Unterstützung forderten viele Eltern von ihren Arbeitgebern ein: Bereits zu Beginn der Pandemie im Jahr 2020 berichteten zwei Drittel (68 %) der Unternehmen, dass sie von ihren Mitarbeitenden darauf angesprochen wurden, ihre Arbeitsweise oder ihren Arbeitsort zu verändern, um ihre Kinder betreuen zu können.²

Im zweiten Jahr der Pandemie zeigte sich, dass viele Unternehmen Vereinbarkeitsmaßnahmen als Reaktion auf die Corona-Krise ausgeweitet oder neu eingeführt hatten. So erweiterten im Jahr 2021 21 Prozent der Unternehmen die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten bzw. zu Homeoffice oder Telearbeit, weitere 20 Prozent führten diese neu ein. Des Weiteren wurden individuell vereinbarte Arbeitszeiten, flexible Tages- oder Wochenarbeitszeit, Vertrauensarbeitszeit und Arbeitszeitkonten häufiger angeboten und Gleitzeitrahmen ausgeweitet.²

Die Hilfe kam bei den Eltern an: 60 Prozent gaben 2021 an, dass bei ihnen im Unternehmen mindestens eine Verbesserung für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf eingeführt oder ausgeweitet wurde. Von den Eltern, die das Gespräch mit ihrem Arbeitgeber gesucht hatten, gaben 81 Prozent an, dass ihnen geholfen wurde.²

1 Bujard, M. et al. (2020): Eltern während der Corona-Krise: Zur Improvisation gezwungen. BiB Bevölkerungsstudien, 1/2020; BMFSFJ (2020): Familien in der Corona-Zeit: Herausforderungen, Erfahrungen und Bedarfe. Ergebnisse einer repräsentativen Elternbefragung im April und Mai 2020; Illing, H. et al. (2022): Geschlechtsspezifische Arbeitsmarktwirkung der Covid-19-Pandemie: Ähnlicher Arbeitszeitausfall, aber bei Müttern höhere zusätzliche Belastung durch Kinderbetreuung. In: IAB-Kurzbericht 3/2022; Zinn, S. et al. (2020b): Kinderbetreuung in Corona-Zeiten: Mütter tragen die Hauptlast, aber Väter holen auf. In: DIW aktuell Nr. 51.

2 Prognos (2021): Neue Chancen für Vereinbarkeit! Wie Unternehmen und Familien der Corona-Krise erfolgreich begegnen.

Mit Abklingen der Pandemie stellt sich die Frage, ob diese Verbesserungen von Dauer sein würden. Rund 66 Prozent der Unternehmen, in denen als Reaktion auf Corona vereinbarkeitsfördernde Maßnahmen eingeführt oder ausgeweitet wurden, waren (eher) der Meinung, dass sie das Angebot auch nach der Corona-Krise beibehalten würden. 66 Prozent der Unternehmen stimmten zudem der Aussage (eher) zu, dass durch die Pandemie Ansätze für eine gute Vereinbarkeit entstanden sind, die weiterverfolgt werden sollten.



Unser Unternehmen wird das Angebot auch nach der Corona-Krise beibehalten



Durch die Corona-Pandemie sind bei uns im Unternehmen einige gute Ansätze für eine gute Vereinbarkeit entstanden, die insgesamt weiterverfolgt werden sollten.

Quelle: Prognos (2021): Neue Chancen für Vereinbarkeit! Wie Unternehmen und Familien der Corona-Krise erfolgreich begegnen.

Corona hat zum Teil zu langfristigen Verbesserungen der Väterfreundlichkeit beigetragen

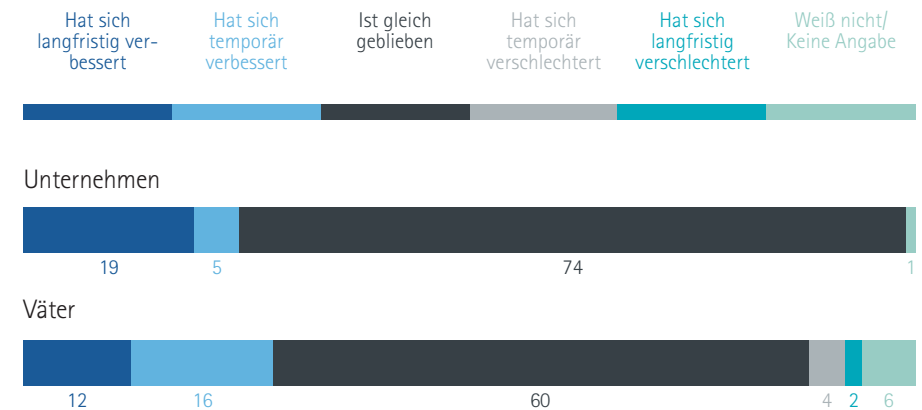
In nahezu jedem fünften Unternehmen hat sich die Väterfreundlichkeit durch die Corona-Pandemie langfristig verbessert. Von den Vätern teilt mit 12 Prozent zwar ein geringer, aber immer noch nennenswerter Anteil diese Auffassung.

Bemerkenswert ist, dass es durch die Pandemie nur sehr selten zu einer Verschlechterung der Väterfreundlichkeit gekommen ist. Insgesamt haben sich langfristige Verbesserungen ergeben.

In Unternehmen des produzierenden Gewerbes ist es laut Selbstauskunft mit rund 12 Prozent seltener zu langfristigen positiven Veränderungen gekommen als in den anderen Branchen mit etwa 22 Prozent. Zudem sprechen große Unternehmen mit 25 Prozent häufiger von langfristigen Verbesserungen als kleine (19%). Letzteres zeigt sich auch bei den Vätern: Während von den Vätern in großen Unternehmen 15 Prozent langfristige Verbesserungen sehen, sind es von denjenigen in kleinen Unternehmen nur 7 Prozent.

Betrachtet man die Väter nach den Branchen, in denen sie tätig sind, zeigen sich kaum Unterschiede. Was jedoch auffällt, ist, dass Väter umso häufiger langfristige Veränderungen wahrnehmen, je höher ihr höchster Bildungsabschluss ist. Während von denjenigen mit Volks-/Hauptschulabschluss 9 Prozent von langfristigen Verbesserungen berichten, sind es von denjenigen mit abgeschlossenem Studium 22 Prozent. Insgesamt haben 51 Prozent der Väter, die sagen, dass die Väterfreundlichkeit in ihrem Unternehmen durch die Corona-Pandemie langfristig besser geworden ist, ein abgeschlossenes Studium.

Inwieweit hat sich die Väterfreundlichkeit in Ihrem Unternehmen durch die Corona-Pandemie langfristig verändert?



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Fortschritte bei der Väterfreundlichkeit gehen über Personalmaßnahmen hinaus

In allen drei Dimensionen des Familienbewusstseins – Maßnahmen, Kultur und Kommunikation – sehen Väter etwas seltener als Unternehmen langfristige Verbesserungen. Beim Maßnahmenangebot fallen die Unterschiede am geringsten aus. In diesem Bereich gab es zudem am häufigsten temporäre Verbesserungen.

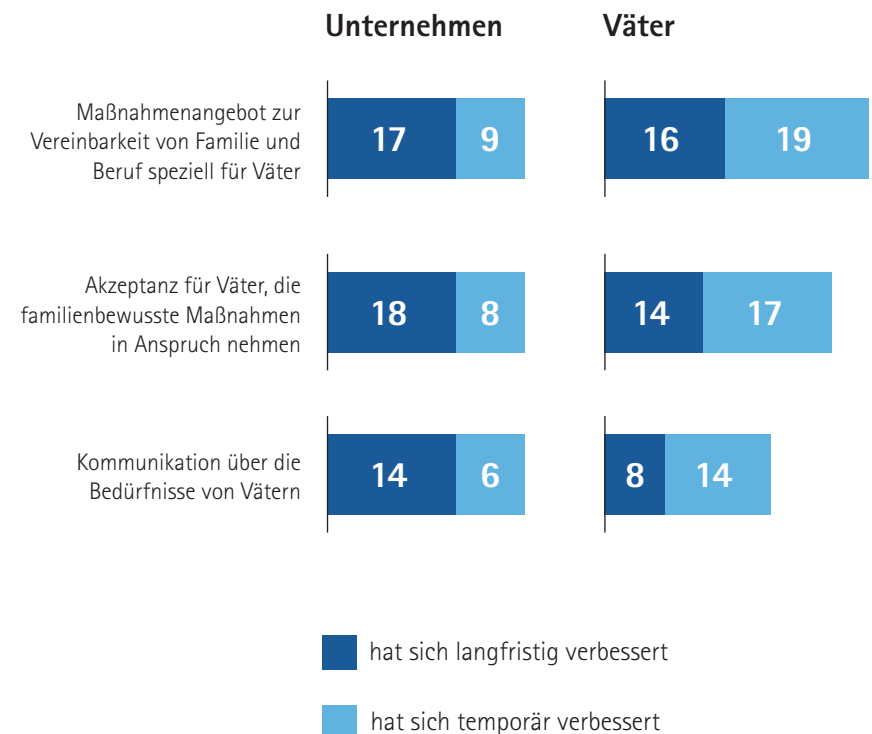
Mit Blick auf kulturelle Aspekte berichten 18 Prozent der Unternehmen und 14 Prozent der Väter von langfristigen Verbesserungen.

Am seltensten werden langfristige Verbesserungen bei der Kommunikation über die Bedürfnisse von Vätern gesehen. Zudem kam es aus Vätertsicht etwas häufiger zu temporären (5%) oder langfristigen (2%) Verschlechterungen als in den anderen Bereichen.

Im Hinblick auf die Maßnahmen gab es aus Unternehmenssicht am häufigsten langfristige Verbesserungen in großen Unternehmen (27%). Aus Vätertsicht kam es ebenfalls in größeren Unternehmen häufiger zu langfristigen Verbesserungen (18%) als in kleinen (13%). Zudem profitieren Väter mit abgeschlossenem Studium häufiger von einem temporär (26%) oder langfristig (24%) verbesserten Angebot. Dies passt zu bereits bekannten Befunden, wonach Eltern mit höherer Schulbildung beispielsweise häufiger das Homeoffice nutzen konnten.¹

¹ BMFSFJ (2020): Familien in der Corona-Zeit: Herausforderungen, Erfahrungen und Bedarfe. Ergebnisse einer repräsentativen Elternbefragung im April und Mai 2020; Saleth, S. et al. (2022): Vereinbarkeit im Stresstest – Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Erwerbstätigkeit und Rollenverteilung in Familien. GesellschaftsReport BW Ausgabe 4 – 2021. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Zoch, G. et al. (2020): Kinderbetreuung in der Corona-Krise: Wer betreut, wenn Schulen und Kitas schließen? Wie der berufliche Alltag von erwerbstätigen Eltern die Kinderbetreuung während des Lockdowns beeinflusst hat. NEPS Corona & Bildung Bericht Nr. 3.

Inwieweit hat sich die Situation für Väter in Ihrem Unternehmen durch die Corona-Pandemie langfristig verändert?



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Bei den Vorreitern gab es am häufigsten langfristige Verbesserungen

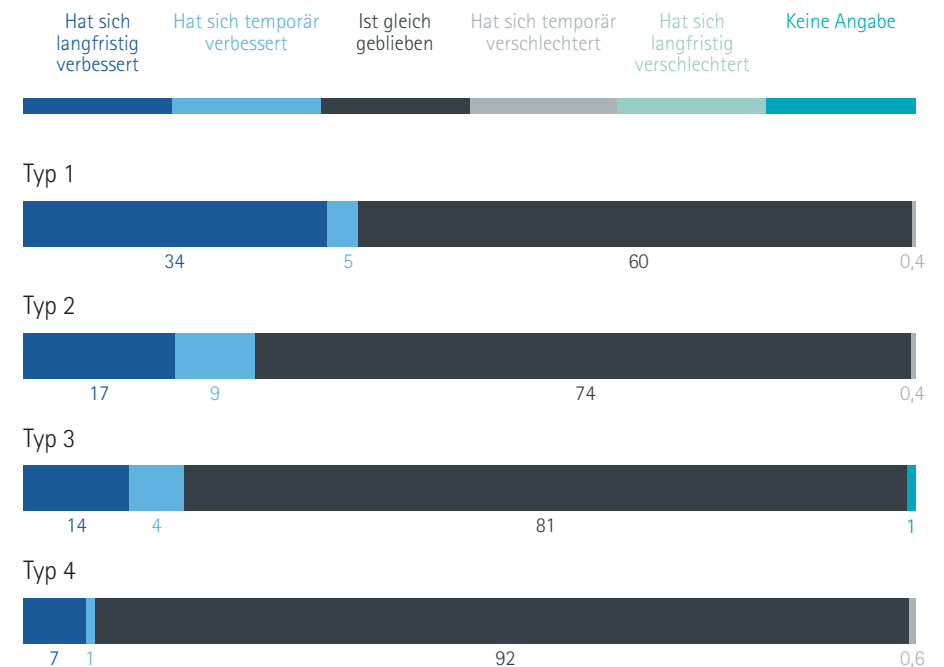


Betrachtet man die verschiedenen Unternehmenstypen, zeigt sich, dass es in Vorreiter-Unternehmen (Typ 1) am häufigsten langfristige Verbesserungen für Väter gab.

34 Prozent der Unternehmen dieses Typs gaben an, dass die Väterfreundlichkeit sich durch die Corona-Pandemie langfristig verbessert habe. Von den Unternehmen des ambitionierten Typs 2 sagten dies 17 Prozent, bei den Passiven (Typ 3) waren es 14 Prozent und bei den Nachzüglern (Typ 4) nur 7 Prozent.

Dasselbe Muster zeigt sich auch in Bezug auf die Veränderung des Maßnahmenangebotes sowie der Akzeptanz für Väter, die familienbewusste Maßnahmen in Anspruch nehmen. Bei der Kommunikation über die Bedürfnisse von Vätern gab es ebenfalls bei Unternehmen des Typs 1 am häufigsten (26 %) und bei denen des Typs 4 am seltensten (6 %) langfristige Verbesserungen. Allerdings gaben in diesem Bereich Unternehmen des Typs 3 etwas häufiger langfristige Verbesserungen an als Unternehmen des Typs 2 (14 gegenüber 10%).

Inwieweit hat sich die Väterfreundlichkeit in Ihrem Unternehmen durch die Corona-Pandemie langfristig verändert?



Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

Quelle: Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

5

**Potenziale für die
Väterfreundlichkeit**

Längere Elternzeiten, die über die üblichen zwei Partnermonate hinausgehen, bleiben eine Seltenheit

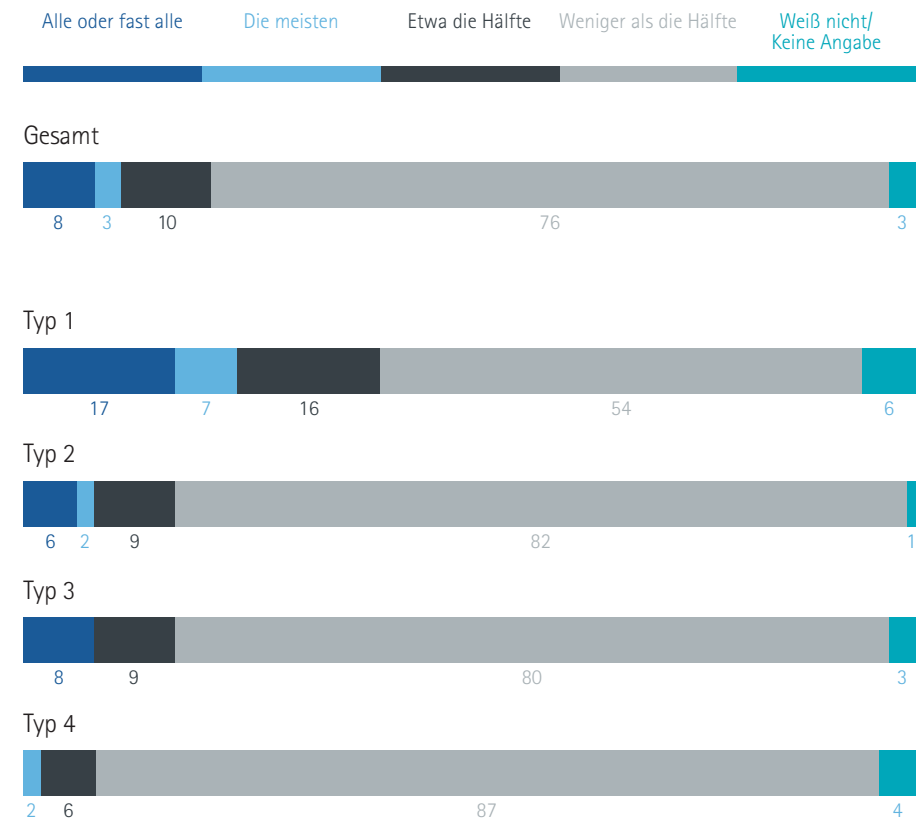
Die Elternzeitpraxis in den Unternehmen ist sehr unterschiedlich; dies wird mit Blick auf die beiden Pole deutlich: Einerseits geben 29 Prozent der Unternehmen an, dass in ihrem Unternehmen alle oder fast alle Väter eine Zeit lang in Elternzeit gehen. Andererseits berichtet jedes fünfte Unternehmen, dass bei ihm im Unternehmen Väter in der Regel überhaupt keine Elternzeit nehmen. Die Nutzung von Elternzeit unterscheidet sich auch nach Unternehmenstypen.

So unterschiedlich die Nutzung von Elternzeit in den Unternehmen auch ist: Bei der Elternzeitdauer zeigt sich, dass eine Elternzeit von mehr als zwei Monaten in fast allen Unternehmen eine Seltenheit ist. Nur eine kleine Minderheit von Unternehmen (8%) gibt an, dass fast alle Väter, die Elternzeit nehmen, mehr als zwei Partnermonate nutzen.



Am häufigsten finden sich längere Elternzeitdauern in den Vorreiter-Unternehmen (Typ 1). Immerhin 40 Prozent dieser Unternehmen geben an, dass mindestens die Hälfte der Väter bei ihnen länger als zwei Monate in Elternzeit geht. Aber auch hier geben 54 Prozent der Unternehmen an, dass bei ihnen weniger als die Hälfte der Väter eine längere Elternzeit nimmt. Bei den Ambitionierten und Passiven (Unternehmenstypen 2 und 3) geben 82 bzw. 80 Prozent an, dass weniger als die Hälfte der Väter länger als zwei Monate in Elternzeit geht. Bei den Nachzüglern (Typ 4) sind es sogar 87 Prozent.

Wie viele Väter in Ihrem Unternehmen, die in Elternzeit gehen, nehmen länger als zwei Monate Elternzeit?



1 Statistisches Bundesamt (Destatis) 2022: Statistik zum Elterngeld – Beendete Leistungsbezüge für im Jahr 2019 geborene Kinder.

Quelle: Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Aus Sicht der Väter richtet sich die Kommunikation von familienbewussten Angeboten selten an sie

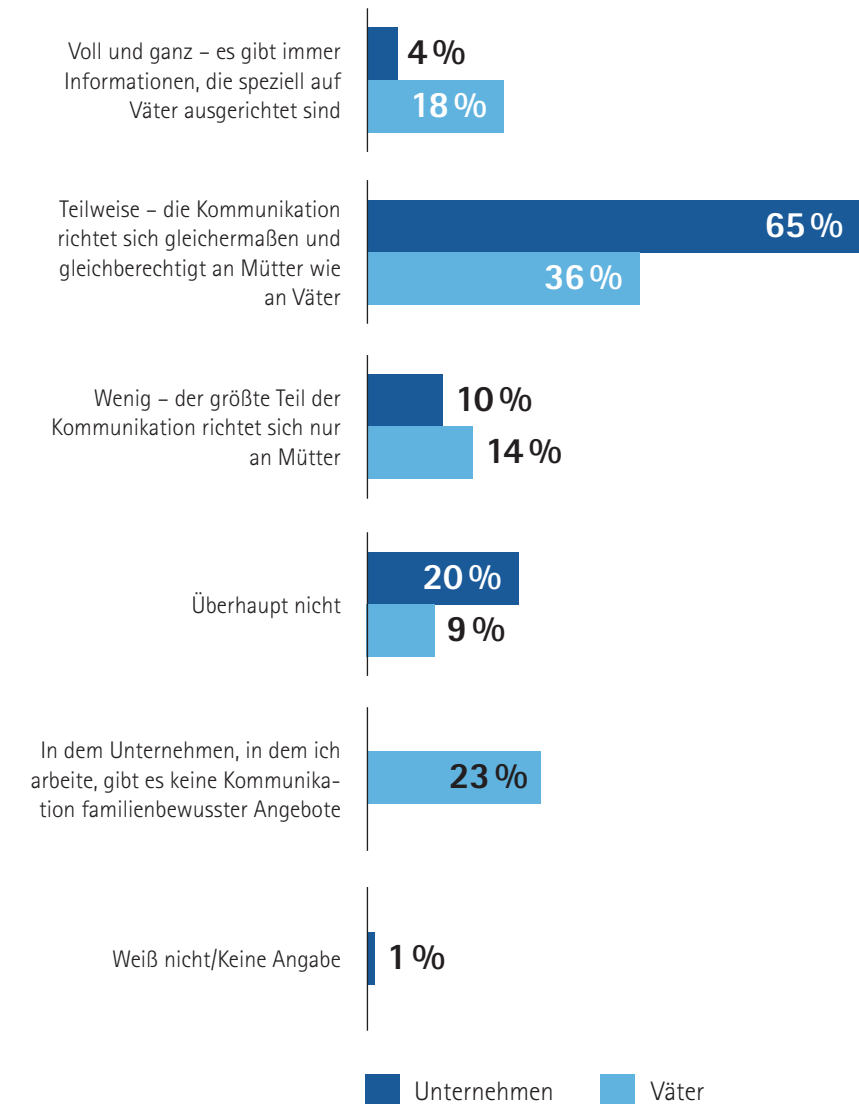
Bei der Beurteilung der betrieblichen Kommunikation von Vereinbarkeitsinstrumenten und familienbewussten Angeboten werden Unterschiede zwischen der Eigenwahrnehmung der Unternehmen und der Wahrnehmung der Väter deutlich. Interessanterweise gibt fast jeder fünfte Vater an, in seinem Unternehmen gäbe es Informationen, die speziell auf Väter ausgerichtet sind. Dabei geben nur 4 Prozent der befragten Unternehmen an, dies zu tun. Laut überwiegender Mehrheit der Unternehmen richtet sich die Kommunikation zu familienbewussten Maßnahmen gleichermaßen an Mütter wie Väter – es wird in der Ansprache von Eltern also kein Unterschied gemacht. Dies nehmen aber nur ein Drittel der Väter so wahr. Insgesamt bewerten Väter die Kommunikation von familienbewussten Maßnahmen deutlich weniger positiv als die Unternehmen.

14 Prozent der Väter geben an, die Kommunikation familienbewusster Maßnahmen richte sich überwiegend an Mütter, 9 Prozent geben an, dass ausschließlich Mütter – Väter überhaupt nicht – adressiert werden. Fast jeder vierte Vater gibt an, dass es in seinem Unternehmen überhaupt keine Kommunikation zu familienbewussten Angeboten gebe. Somit arbeitet fast die Hälfte der befragten Väter laut eigener Aussage in einem Unternehmen, in dem sich die Kommunikation überwiegend oder vollständig an die Mütter richtet oder in dem es überhaupt keine solchen Informationen gibt.



Schaut man sich die Kommunikation nach den Unternehmenstypen an, zeigen sich in allen Clustern Verbesserungspotenziale. 44 Prozent der Nachzügler geben an, dass es bei ihnen keine speziellen Informationen für Väter gibt. Bei den Vorreitern fällt der Anteil zwar deutlich geringer aus, aber auch hier hält jedes zehnte Unternehmen keinerlei Informationen speziell für Väter vor.

Richtet sich betriebliche Kommunikation auch speziell an Väter?



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in Personalgesprächen mit Vätern kein festes Thema

Ob die in ihrem Unternehmen arbeitenden Männer Kinder haben oder nicht, erfahren die meisten Unternehmen eher beiläufig. Zwar geben knapp 40 Prozent der Unternehmen an, sie würden dies systematisch über ihre Personalabteilung abfragen oder über eine Analyse der Lohnsteuerabzüge identifizieren, in über der Hälfte der Unternehmen geschieht dies aber eher im informellen Rahmen im Personalgespräch.

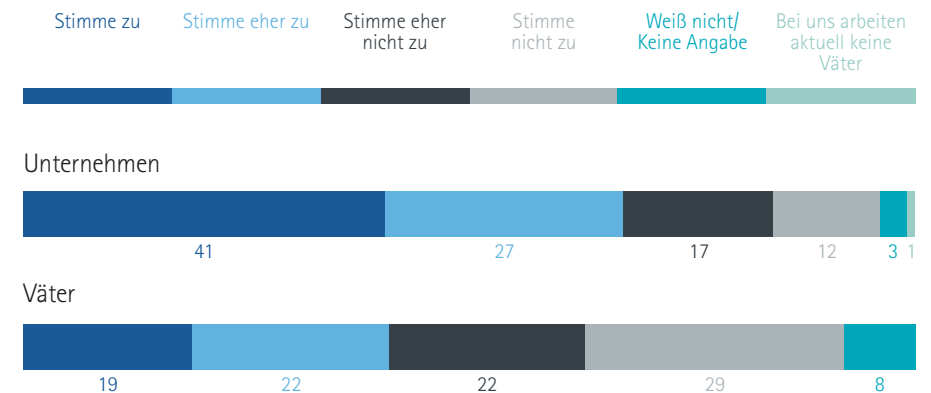
Das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird in vielen Unternehmen noch nicht regelmäßig in den jährlichen Mitarbeitergesprächen besprochen. Zwar geben 41 Prozent der Unternehmen an, dies sei der Fall, aber nur jeder fünfte Vater bestätigt dies. Jeder zweite Vater gibt jedoch an, dass das Thema Vereinbarkeit kein regelmäßiger Inhalt seines Jahresgesprächs sei. Dieses Versäumnis räumen knapp 30 Prozent der Unternehmen selbst ein.

Auch in diesem Aspekt einer familienbewussten Personalpolitik zeigt sich eine Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung der Väter und des Selbstbildes der Unternehmen. Die Bemühungen der Unternehmen scheinen noch zu zaghaft oder wenig sichtbar für die Väter zu sein. Dies sollte Anlass für die Unternehmen sein, Themen der Vereinbarkeit väterspezifisch in Leitfäden für Personalgespräche aufzunehmen und im Gespräch explizit zu machen.



In den Vorreiter-Unternehmen und bei den ambitionierten Unternehmen sind bereits bei der Mehrheit Aspekte der Vereinbarkeit von Beruf und Familie Bestandteil von Mitarbeitergesprächen (60 bzw. 52% stimmen voll zu). Von den Passiven stimmen zwar 31 Prozent der Aussage uneingeschränkt zu, 35 Prozent lehnen sie aber auch (eher) ab. Nachzügler lehnen die Aussage mehrheitlich (eher) ab (51%), nur 28 Prozent stimmen uneingeschränkt zu.

In den jährlichen Mitarbeitergesprächen mit Vätern werden regelmäßig Aspekte der Vereinbarkeit von Beruf und Familie besprochen.



Quelle: Väter- und Unternehmensbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Bei konkreten Terminabsprachen wenig Rücksichtnahme auf Väter mit familiären Verpflichtungen

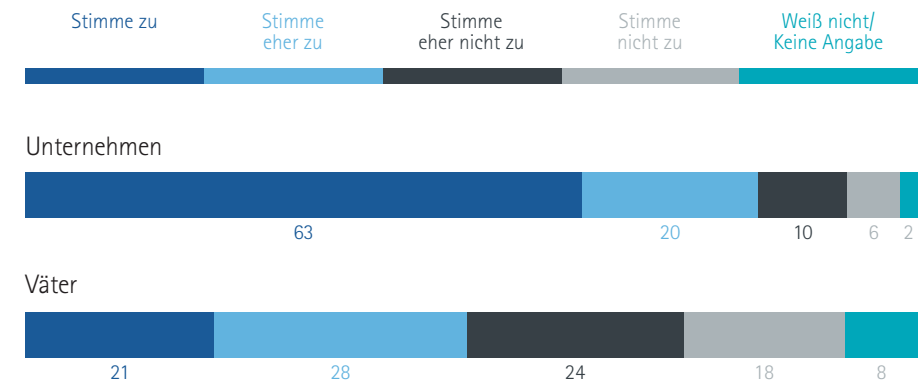
Wird konkreter nachgefragt, wie genau ein erhöhtes familiäres Engagement akzeptiert und unterstützt wird, wird deutlich, dass die Umsetzung im betrieblichen Alltag teilweise noch hakt. Fragt man beispielsweise Väter sowie Unternehmen, ob bei der Terminierung von Besprechungen besonders Rücksicht auf familiäre Verpflichtungen genommen wird, zeigt sich ein widersprüchliches Bild. Unternehmen behaupten zu großen Teilen elterliche Zeitbedürfnisse bei der Planung von Terminen zu berücksichtigen. Bei den Vätern sagt dies allerdings gerade mal die Hälfte. Mehr als vier von zehn Vätern stimmen (eher) nicht zu, dass in ihren Unternehmen familiäre Sorgearbeitsverpflichtungen in die Planung und Abstimmung von Besprechungen einbezogen wird.

Auch hier zeigt sich, dass Väter, die angeben, dass bei der Terminierung von Besprechungen Rücksicht auf familiäre Verpflichtungen genommen wird, eine niedrigere Wechselbereitschaft aufweisen als solche, die diese Aussage ablehnen.



In Vorreiter-Unternehmen wird deutlich häufiger Rücksicht auf familiäre Verpflichtungen genommen als in Nachzügler-Unternehmen (76 gegenüber 36% uneingeschränkte Zustimmung). Fast die Hälfte der Nachzügler-Unternehmen lehnt die Aussage (eher) ab.

Bei der Terminierung von Besprechungen wird Rücksicht auf die familiären Pflichten von Vätern genommen.



Quelle: Unternehmens- und Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Familiäres Engagement von Vätern wird vom Arbeitgeber weitestgehend akzeptiert

Wenn Väter sich vermehrt in der Familie engagieren und dies mit einem zeitlich reduzierten Engagement bei der Arbeit einhergeht, können Unternehmen sehr unterschiedlich darauf reagieren. Fragt man die Unternehmen, ob die Übernahme von mehr familiärer Sorgearbeit bei ihnen auf Akzeptanz stößt, geben 44 Prozent an, dass dies voll und ganz der Fall sei und auch von Vorgesetzten unterstützt wird. Väter bewerten das Arbeitgeberverhalten weniger positiv, nur ein Drittel der Väter stimmt der Aussage zu. Die meisten Väter beurteilen das Verhalten ihres Arbeitgebers etwas differenzierter: Ein verstärktes Engagement in der Familie werde teilweise akzeptiert, einige Vorgesetzte seien unterstützend, andere aber auch nicht.

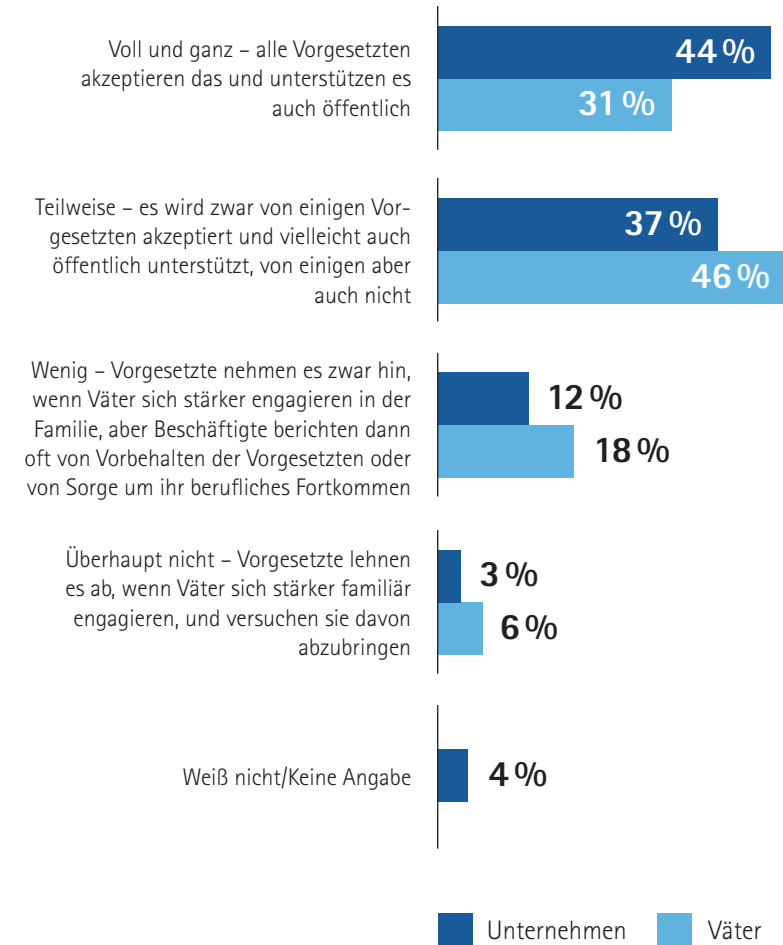
Fast ein Viertel der Väter beurteilt die Unterstützung ihrer Vorgesetzten kritisch. Vorgesetzte würden es allenfalls hinnehmen, stärker engagierte Väter hätten aber häufig Sorge um ihr berufliches Fortkommen. Teilweise wird sogar versucht, Väter aktiv von ihrem erhöhten Engagement in der Familie abzubringen.

Die Akzeptanz väterlichen Engagements für die Familie ist ein Merkmal von Arbeitgeberattraktivität: Väter, die eine entsprechende Akzeptanz erleben, weisen eine niedrigere Wechselbereitschaft auf als solche, die angeben, dass ihr Arbeitgeber familiäres Engagement kaum unterstützt oder sogar ablehnt.



Während von den Vorreitern 70 Prozent angeben, dass vermehrtes familiäres Engagement von Vätern bei ihnen voll und ganz akzeptiert wird, sind es bei den Nachzüglern nur 15 Prozent. Bei den Nachzüglern geben 28 Prozent an, dass ein solches Engagement wenig und 16 Prozent, dass es überhaupt nicht akzeptiert wird.

Inwieweit wird vermehrtes familiäres Engagement von Vätern von Ihrem Arbeitgeber akzeptiert – auch wenn es ein zeitlich reduziertes berufliches Engagement bedeutet?



Quelle: Unternehmens- und Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

Bei der Vorbildfunktion der Führungskräfte sehen Väter noch Nachholbedarf

Als Führungskraft mit gutem Vorbild voranzugehen ist insbesondere beim Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf wichtig. Doch auch hier gehen die Wahrnehmungen zwischen Unternehmen und Vätern auseinander. Dass sich die Führungskräfte selbst glaubhaft für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie engagieren, denkt nur knapp die Hälfte der Väter, von Unternehmensseite geben dies 83 Prozent an. Ähnliches lässt sich bei der Inanspruchnahme von familienbewussten Leistungen durch die männlichen Vorgesetzten selbst sehen: Immerhin knapp die Hälfte der befragten Väter gibt an, dass die Führungskräfte in ihrem Unternehmen dies tun. Bei den Unternehmen sind drei Viertel der Meinung, dass dies der Fall ist.

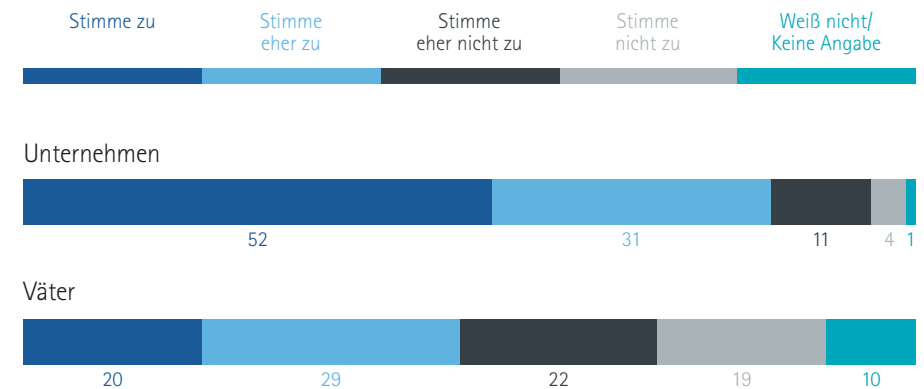
Geht der eigene Vorgesetzte mit gutem Beispiel voran und nutzt er beispielsweise die Möglichkeit, in Elternzeit zu gehen oder in Teilzeit zu arbeiten, haben die ihm unterstellten Väter weniger Sorge, Karriereeinbußen zu erfahren, und die Wahrscheinlichkeit steigt, dass auch sie sich mehr in die Familienarbeit einbringen.¹



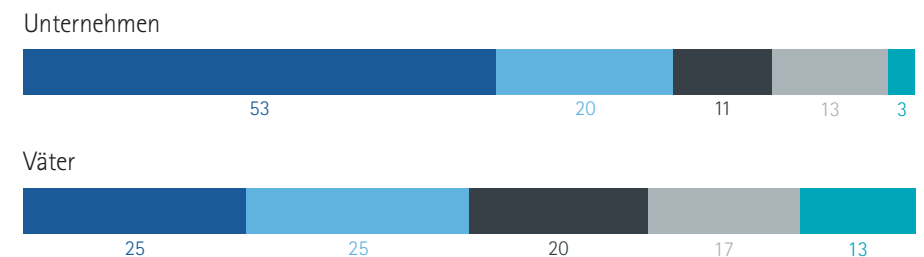
Der Aussage, dass ihre Führungskräfte sich glaubhaft für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie von Vätern engagieren, stimmen von den Vorreiter-Unternehmen bereits 68 Prozent uneingeschränkt zu, bei den ambitionierten Unternehmen sind es immerhin 55 Prozent. Gleichzeitig stimmen rund 72 bzw. 57 Prozent zu, dass männlichen Führungskräfte bei ihnen im Unternehmen selbst familienbewusste Maßnahmen in Anspruch nehmen. Bei den Passiven sowie den Nachzüglern wird das glaubhafte Engagement der Führungskräfte nur von einer Minderheit gesehen.

¹ Blair-Loy, M./Wharton, A. (2002): Employees' use of work-family policies and the workplace social context. *Social Forces*, 80(3), 813–845. Moran, J./Koslowski, A. (2019): Making use of work-family balance entitlements: How to support fathers with combining employment and caregiving. *Community, Work & Family*, 22, 111–28.

Unsere Führungskräfte engagieren sich glaubhaft für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie von Vätern.



Unsere männlichen Führungskräfte nehmen selbst familienbewusste Maßnahmen in Anspruch.



Quelle: Unternehmens- und Väterbefragung 2022. Auswertung und Darstellung Prognos AG.

6

Fazit

Fazit

Die Wechselbereitschaft der Väter ist ein erhebliches Unternehmensrisiko

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist für Väter **ein sehr relevantes Thema**. Mehr als eine Million der erwerbstätigen Väter denken zumindest manchmal darüber nach, den Arbeitgeber zugunsten besserer Vereinbarkeitsbedingungen zu wechseln. Dies stellt gerade in Zeiten des sich verschärfenden Fachkräftemangels ein **erhebliches Unternehmensrisiko** dar.

Die Väterfreundlichkeit der deutschen Wirtschaft ist ausbaufähig

Die Unternehmen in Deutschland **überschätzen ihre Väterfreundlichkeit**. Väter bewerten die Väterfreundlichkeit deutlich verhaltener als Geschäftsführungen und Personalverantwortliche. Vorreiterunternehmen bei der Väterfreundlichkeit sind 27 Prozent. Ein breites Mittelfeld hat unterschiedliche Herausforderungen und Potenziale; 15 Prozent der Unternehmen in Deutschland haben als Nachzügler deutlichen Nachholbedarf auf dem Weg zur Väterfreundlichkeit.

Auf dem Weg zu mehr Väterfreundlichkeit kommt es insbesondere auf die Führungskräfte an

Väterfreundlichkeit umfasst verschiedene Facetten. Diese sind unterschiedlich weit entwickelt. Es mangelt weniger an vereinbarkeitsfördernden Personalmaßnahmen. Vielmehr sind **Information** und **Kommunikation** sowie die **Unternehmenskultur** stärker als bisher auf die Väter auszurichten. Dabei haben die **Führungskräfte** eine Schlüsselfunktion, da sie die Kultur prägen, als Vorbilder fungieren und ganz konkret über Vereinbarkeitsbedingungen von Vätern entscheiden können.

Die Verbesserungen, die mit der Corona-Pandemie einhergingen, sind nachhaltig

Die betriebliche Unterstützung für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf während der Corona-Pandemie erweist sich im Zeitverlauf in vielen Unternehmen als **nachhaltig**. Dabei ist besonders positiv, dass nicht nur Personalmaßnahmen – und hier insbesondere Homeoffice/mobiles Arbeiten – ausgeweitet wurden. Auch die Akzeptanz für Väter, die diese Maßnahmen nutzen, und der Dialog über die Vereinbarkeitsbedürfnisse der Väter haben sich zum Teil langfristig verbessert.

Väterfreundlichkeit sichert die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen

Die Unternehmen haben bereits die Bedeutung des betrieblichen Familienbewusstseins für ihre Arbeitgeberattraktivität erkannt. Sie sind jedoch gut beraten, nicht beim erreichten Status stehen zu bleiben. Um ihre Zukunftsfähigkeit mit Blick auf den gesellschaftlichen und demografischen Wandel zu sichern und um Wettbewerbsvorteile auf dem Arbeitsmarkt realisieren zu können, sollten sich die Unternehmen in Deutschland engagiert auf den Weg machen, die **betriebliche Väterfreundlichkeit zu stärken**.

Umsetzungstipps für mehr Väterfreundlichkeit



Diese und weitere Hinweise finden Sie unter www.erfolgsfaktor-familie.de. Im zugehörigen Netzwerk beim DIHK können Sie sich mit anderen Unternehmen zum Thema väterfreundliche Personalpolitik austauschen www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerken.

Stärken Sie die Kommunikation über Familie in Ihrem Unternehmen. Erfragen Sie in Personalgesprächen die Bedürfnisse zur Unterstützung Ihrer Väter.

Sensibilisieren Sie Führungskräfte im persönlichen Gespräch oder im Rahmen von Seminaren, damit sie Vereinbarkeitsangebote selbst in Anspruch nehmen und dafür werben.

Machen Sie Ihre Angebote bekannt. Und signalisieren Sie, dass die Annahme von Angeboten durch Väter erwünscht ist.

Denken Sie über die Elternzeit und die erste Lebensphase der Kinder hinaus. Väter wollen auch Verantwortung für ihre Kinder im Schulkind- oder Jugendalter übernehmen.

Ermutigen Sie Väter, Unterstützungsmöglichkeiten bei der Erkrankung des Kindes oder bei Betreuungsproblemen in Anspruch zu nehmen.

7

Methodik

Stichprobenbeschreibung

Unternehmensbefragung

Die Unternehmensbefragung wurde im Sommer 2022 als Telefonbefragung von der Krämer Marktforschung GmbH durchgeführt. Dabei wurden 600 Personalverantwortliche bzw. Geschäftsführungen von erwerbswirtschaftlich tätigen Unternehmen mit mindestens zehn Mitarbeitenden in Deutschland befragt.

Um Auswertungen nach Betriebsgröße durchführen zu können, wurden überproportional viele Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten befragt. Bei der Gesamtauswertung wurden die Daten so gewichtet, dass die Verteilung von Betriebsgröße und Branche der Verteilung im Unternehmensregister entspricht.

Väterbefragung

Die Väterbefragung wurde im Sommer 2022 von der INFO GmbH durchgeführt. 643 Interviews wurden online, 357 telefonisch (Mobilfunk und Festnetz) realisiert. Die Teilnehmer für die Onlinebefragung wurden über den Panelanbieter Bilendi & Responi gewonnen. Für die Telefoninterviews wurden ADM-Stichproben verwendet. Die Daten wurden nach Alter, Region (Ost/West), Bildungsabschluss, Branche und Betriebsgröße gewichtet, so dass sie der Verteilung im Mikrozensus 2021 (Erstergebnisse) entsprechen.

Im Gegensatz zu den Unternehmen wurden bei den Vätern auch solche aus dem Bereich „Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung“ befragt (128 Personen), deren Antworten wurden jedoch für die Gegenüberstellung der Ergebnisse mit denen der Unternehmen nicht berücksichtigt.

Betriebsgrößen: klein (10–49 Beschäftigte), mittel (50–249 Beschäftigte), groß (mehr als 250 Beschäftigte).
Branchen: produzierendes Gewerbe (umfasst Abschnitte B–F: Bergbau, Energie- und Wasserversorgung, Energiewirtschaft; verarbeitendes Gewerbe; Baugewerbe), Handel/Verkehr/Gastgewerbe/Information (umfasst Abschnitte G–J: Handel, Instandhaltung, Reparatur von Kfz; Verkehr und Lagerei; Gastgewerbe; Information und Kommunikation); Dienstleistung (umfasst Abschnitte K–N und P–S: Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen und sonstigen Dienstleistungen).

	Unternehmensbefragung	Väterbefragung
Erhebungsmodus	Telefonbefragung	Onlinebefragung
Zielgruppe	Personalverantwortliche/ Geschäftsführungen von erwerbswirtschaftlich tätigen Unternehmen mit mindes- tens zehn Mitarbeitenden in Deutschland	Erwerbstätige ¹ Väter zwi- schen 18 und 65 Jahren mit Kind unter 18 Jahren, die in Unternehmen mit mindes- tens zehn Mitarbeitenden arbeiten
Befragungszeitraum	27.06. bis 03.08.2022	07.07. bis 22.07.2022
Realisierte Interviews	600	1.000

¹ Inklusive Väter in Elternzeit, ohne Selbstständige und Freiberufler

Clusteranalyse

Methodik

Die Clusteranalyse fasst Beobachtungen (hier: befragte Unternehmen) anhand ausgewählter erhobener Indikatoren zu Gruppen (sog. Cluster) zusammen. Ziel ist dabei, dass sich Beobachtungen innerhalb einer Gruppe ähnlich und möglichst unterschiedlich zu den Beobachtungen anderer Gruppen sind. Je größer die Ähnlichkeit innerhalb der Gruppen und je größer die Unterschiede zwischen den Gruppen, desto ausgeprägter die Cluster.

Bei der hier verwendeten hierarchischen Clusteranalyse (Ward-Methode, quadrierte Euklidische Distanz) beginnen alle Beobachtungen in einem eigenen Cluster. Die beiden nächstgelegenen Cluster werden dann kombiniert. Das Vorgehen wird wiederholt, bis sich alle Beobachtungen in einem Cluster befinden. Am Ende wird die optimale Anzahl von Clustern ausgewählt.

55 Unternehmen (9%) konnten keinem Cluster zugeordnet werden, da sie bei einem oder mehreren der verwendeten Indikatoren keine Angabe gemacht haben.

Indikatoren

Anzahl der Maßnahmen

Fragestellung: Ich lese Ihnen nun verschiedene familienbewusste Maßnahmen vor. Welche davon bieten Sie als Arbeitgeber den Vätern in Ihrem Unternehmen an?
Liste: Individuell vereinbarte Arbeitszeiten/Flexible Arbeitszeitmodelle, etwa Gleitzeit oder Arbeitszeitkonten/Mobile Arbeitsorte, etwa Homeoffice oder Telearbeit/Teilzeitangebote, etwa vollzeitnahe Teilzeit oder Jobsharing/Teilzeitmodelle für Führungskräfte/Väterspezifische Informations- und Beratungsangebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder Unterstützung von Informationsaustausch, etwa Väter-Stammtische

Kommunikation

Fragestellung: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- In den jährlichen Mitarbeitergesprächen mit Vätern behandeln wir regelmäßig Aspekte der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- Wir informieren Väter über die Kinderkrankentage.

Antwortoptionen: „Stimme zu“, „Stimme eher zu“, „Stimme eher nicht zu“, „Stimme nicht zu“

Kultur

Fragestellung: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- Unsere männlichen Führungskräfte nehmen selbst familienbewusste Maßnahmen in Anspruch.

Antwortoptionen: Antwortkategorien „Stimme zu“, „Stimme eher zu“, „Stimme eher nicht zu“, „Stimme nicht zu“, „Trifft auf unser Unternehmen nicht zu“

Fragestellung: Wenn Sie einmal an Elternzeitpraxis in Ihrem Unternehmen denken: Wie viele Väter in Ihrem Unternehmen, die Anspruch auf Elternzeit haben, nehmen Elternzeit?

Antwortoptionen: Wir haben keine Männer im Unternehmen, die Anspruch auf Elternzeit haben/Alle oder fast alle/Die meisten/Etwa die Hälfte/Weniger als die Hälfte/Väter nehmen bei uns in der Regel keine Elternzeit

Impressum

Wie väterfreundlich ist die deutsche Wirtschaft?

Trends, Rahmenbedingungen und Entwicklungspotenziale

Stand: Dezember 2022

Erstellt im Auftrag des Unternehmensprogrammes „Erfolgsfaktor Familie“ vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Autoren:

Dr. David Juncke, Evelyn Stoll, Dr. Claire Samtleben

Layout:

Hirschen Group

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Prognos AG. Jede Art der Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung oder anderen Nutzung bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Prognos AG.

Bildnachweis Titelbild: [iStock.com/mihailomilovanovic](https://www.iStock.com/mihailomilovanovic)

Bildnachweis Seite 12: [iStock.com/Ridofranz](https://www.iStock.com/Ridofranz)

Prognos AG

Goethestraße 85

10623 Berlin

Telefon: +49 30 52 00 59-210

Fax: +49 30 52 00 59-201

E-Mail: info@prognos.com

www.prognos.com

twitter.com/Prognos_AG

prognos 

Wir geben Orientierung.

Prognos AG – Europäisches Zentrum
für Wirtschaftsforschung und
Strategieberatung