



WIR MÜSSEN REDEN!

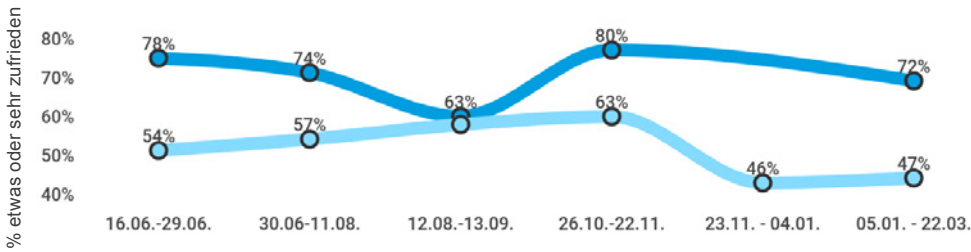
Zukunftssymposium, 20.04.2021 – Ergebnisse des Stimmungsbildes

Wie können Arbeitsstrukturen so verändert werden, das Unternehmen, Gesellschaft und Familien davon auch langfristig profitieren? Was brauchen Familien von ihren Arbeitgebern an Unterstützung, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auch nach Corona zu meistern? Was können wir aus der Corona-Krise lernen und jetzt schon auf den Weg bringen? Wichtige Hinweise liefert seit Mai 2020 unser gemeinsam mit Care.com erhobenes Stimmungsbild. Durch qualitative Befragungen von Vätern, Müttern und Paaren, die wir über das vergangene Jahr begleitet haben, sowie parallelen monatlichen Online-Umfragen, entstand ein vielleicht nicht repräsentatives, aber dennoch aussagekräftiges und richtungsweisendes Bild, wie Familien mit den Herausforderungen, welche die Corona-Pandemie mit sich bringt, umgehen. Im Fokus standen dabei Themen wie Homeoffice und die persönlichen Arbeitsbedingungen, wertschätzende Führung, die Arbeitsteilung in der Care-Arbeit sowie die Entwicklung der Paarbeziehungen.

DATEN UND VORGEHEN: Für das Stimmungsbild wurden insgesamt zwölf Väter, Mütter und Paare über acht Monate hinweg in regelmäßigen qualitativen Interviews zu ihrer aktuellen Situation und ihren drängendsten Herausforderungen befragt. Die Interviews wurden jeweils als einstündige Videokonferenz geführt und fokussierten auf die persönlichen Lebensumstände der Interviewpartner:innen und deren Situation in der Corona-Pandemie. Ergänzt wurden die Interviews durch insgesamt sieben Online-Umfragen, die sich an einen größeren Teilnehmerkreis richteten und die Erkenntnisse aus den qualitativen Interviews mit quantitativen Daten erweiterten. An den sieben Umfragerunden nahmen insgesamt 1.270 Befragte teil.

WIR-MÜSSEN-REDEN-ERGEBNISSE IM DETAIL:

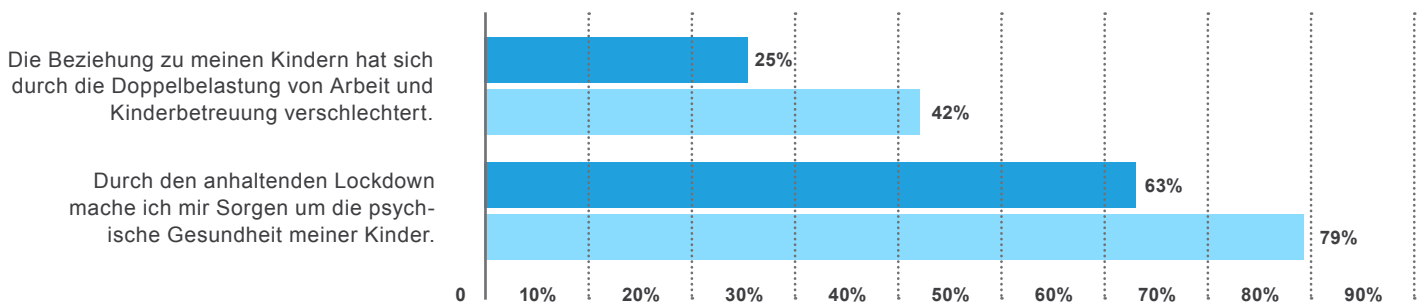
AUFTEILUNG DER KINDERBETREUUNG:



In der Wahrnehmung sind Väter über den Zeitverlauf deutlich zufriedener mit der Aufteilung der Kinderbetreuung als Mütter (etwas oder sehr zufrieden: Väter 73%, Mütter 55%).

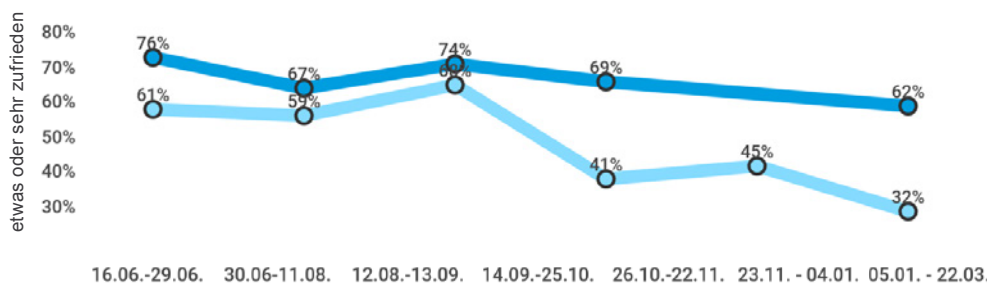
BINDUNG ZU DEN KINDERN:

Eine große Mehrheit der Eltern macht sich Sorgen um die psychische Gesundheit ihrer Kinder (Mütter 79%, Väter 63%). 25% der Väter und 42% der Mütter geben an, dass die Beziehung zu ihren Kindern sich durch die Doppelbelastung von Arbeit und Kinderbetreuung verschlechtert hat.



ENTWICKLUNG IN DER PARTNERSCHAFT:

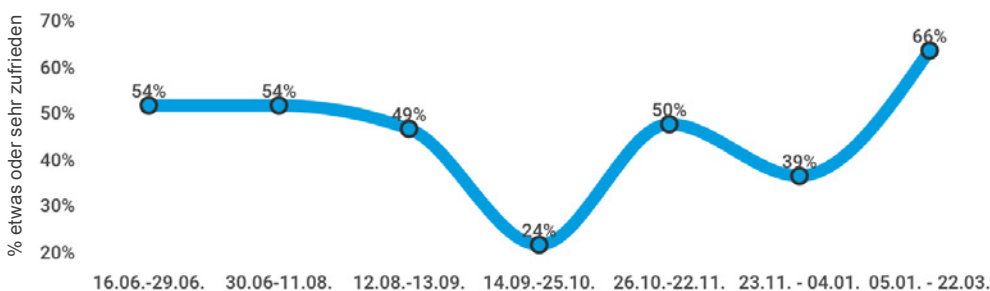
Persönliche Stimmungslage
(% gute oder sehr gute Stimmung)



Die Stimmung innerhalb der Partnerschaften hat sich im Zeitverlauf signifikant verschlechtert. Im ersten Quartal 2021 sagen nur noch 48%, dass die Stimmung in ihrer Beziehung gut oder sehr gut ist. 45% empfinden die Stimmung in der Paarbeziehung als eher nicht oder gar nicht gut. Dabei ist die persönliche Stimmungslage der Mütter noch deutlich schlechter als die der Väter.

HOMEOFFICE:

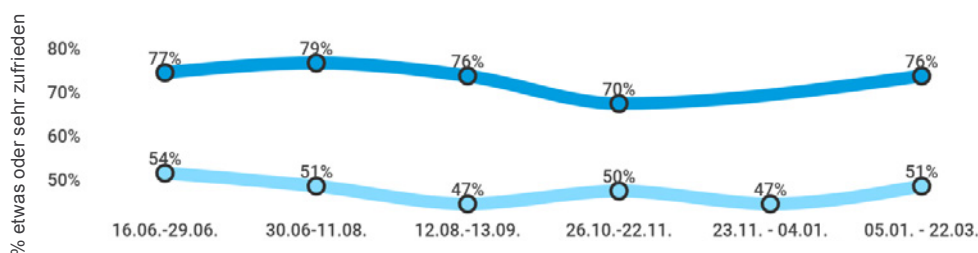
(vorwiegend im Vergleich zur Arbeit im Büro bzw. dem üblichen Arbeitsort; nur Berufstätige)



Das Stimmungsbild zeigt ab dem Herbst einen deutlich schwankenden Verlauf. Im Zeitraum Januar bis März 2021 wird mit 66% der Befragten im Homeoffice ein Höchststand erreicht. Dabei wird der Bedarf an flexiblen Arbeitszeitmodellen von Vätern deutlich höher bewertet als von Müttern. (63% der Väter und 44% der Mütter empfinden flexible Arbeitszeiten als hilfreich).

WIR-MÜSSEN-REDEN-ERGEBNISSE IM DETAIL:

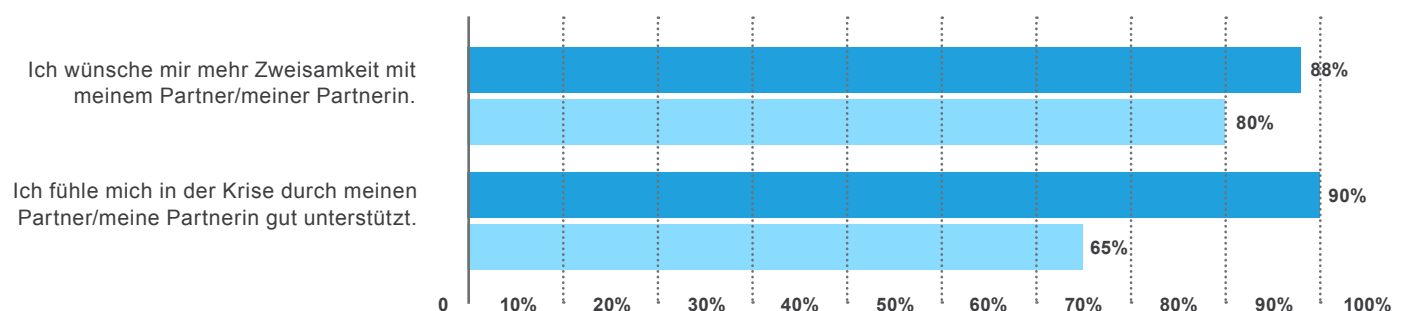
WAHRNEHMUNG DER ARBEITGEBER:INNEN:



Bei der Wahrnehmung der Unterstützung und Wertschätzung durch Arbeitgeber:innen zeigen sich deutliche Unterschiede: Über den gesamten Zeitverlauf sind Mütter deutlich weniger zufrieden mit der Unterstützung durch ihr Unternehmen als Väter (Mütter ca. 50% Zufriedene, Väter ca. 75% Zufriedene).

AUCH DIE PARTNERSCHAFTEN MUSSTEN WÄHREND DER CORONA-PANDEMIE VIEL AUSHALTEN:

Mütter fühlen sich in der Corona-Krise deutlich weniger durch ihren Partner unterstützt als Väter: 90% der Väter geben an, dass sie sich „gut unterstützt“ fühlen, jedoch nur 65% der Mütter.



● Väter ● Mütter

Unsere Handlungsempfehlungen für Unternehmen:

Unternehmen sollten die Vereinbarkeits-Bedürfnisse der Mütter, Väter, Paare und Alleinerziehenden analysieren, noch stärker in den Blick nehmen und mit ihren Beschäftigten proaktiv individuell passende Vereinbarkeits-Lösungen erarbeiten und vereinbaren.

- Das Angebot verlässlicher Kinderbetreuung, besonders in Notfall- und Feriensituationen, liegt im Eigeninteresse der Unternehmen. Hier ist es entscheidend, dass Unternehmen ihren Mitarbeitenden pragmatische und individuelle Lösungen zur Entlastung der Eltern (und besonders der Alleinerziehenden) anbieten. [>>> Angebote gibt es zum Beispiel bei betreut.de](#)
- Die Veränderungen von Familienformen, aber auch die Dynamiken innerhalb von Partnerschaften, sind für Unternehmen unmittelbar von Bedeutung, denn privates und berufliches Leben wirken direkt aufeinander ein. Deshalb ist es heute umso wichtiger, dass Unternehmen mit niederschweligen Angeboten ihren Mitarbeitenden von Anfang ihrer Elternschaft an dafür sensibilisieren, wie sie das Abenteuer Familie partnerschaftlich, gesund und resilient gestalten. [>>> Zum Beispiel mit einer Veranstaltungsreihe für Eltern](#)
- Um eine gute Vereinbarkeit für Väter und Mütter zu erreichen, als Mitarbeiter:innen langfristig gesund und für Unternehmen als Mitarbeiter:innen produktiv zu bleiben, braucht es seitens der Unternehmen mehr als Home Office für alle, die es machen können oder ergebnisorientiertes Führen. Vielmehr gilt es, individuelle Lösungen zu erarbeiten, die den Erwartungen der Arbeitgeber:innen und Mitarbeiter:innen sowie der Fürsorgepflicht der Unternehmen gerecht werden.
- Es braucht jetzt eine glaubhafte und vorurteilsfreie Wertschätzung der Führungskräfte für die Vereinbarkeits-Herausforderungen der Väter und Mütter, um Eltern die Angst vor möglichen beruflichen Nachteilen zu nehmen und sie darin zu ermutigen, ihre Elternrolle und die Partnerschaft zu priorisieren.
- Um die Unternehmenskultur und die Kommunikation gleichzeitig zu verbessern, sollten Unternehmen interne zielgruppenspezifische Unternehmensnetzwerke initiieren. Diese sollten sich auf einer unternehmensübergreifenden Plattform mit digitalen Angeboten vernetzen, um gerade Väter für eine längere Elternzeit zu motivieren und damit eine partnerschaftliche Gleichstellungspolitik unterstützen. [>>> Eine Möglichkeit dazu sind Väternetzwerke](#)