Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Migrantenunternehmen in Deutschland

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung
Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Migrant enunternehmen in Deutschland

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung
Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Migrantenunternehmen in Deutschland

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung

Januar 2013

Studie wurde erstellt vom Institut für Mittelstandsforshung der Universität Mannheim im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Projektleitung

Dr. René Leicht

Autorinnen und Autoren

René Leicht, Stefan Berwing, Ralf Philipp, Lena Werner

Kontakt

Institut für Mittelstandsforshung
Universität Mannheim
0621 181-2894
www.ifm.uni-mannheim.de
leicht@ifm.uni-mannheim.de
berwing@ifm.uni-mannheim.de
philipp@ifm.uni-mannheim.de
werner@ifm.uni-mannheim.de
Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklung von Selbstständigen nach Nationalität (Index) ................................................................. 9
Abb. 2: Verteilung nach Beschäftigungsgrößen (nur Mehrpersonen-Unternehmen) .................................................. 10
Abb. 3: Altersverteilung der Beschäftigten ........................................................................................................... 13
Abb. 4: Frauenanteil unter den Beschäftigten in Migrantunternehmen ............................................................... 14
Abb. 5: Anteil der Unternehmen mit Beschäftigten mit familiären Verpflichtungen ............................................... 15
Abb. 6: Durchschnittlicher Anteil an Beschäftigten mit familiären Verpflichtungen (pro Unternehmen)................ 17
Abb. 7: Subjektive Bewertung der Vereinbarkeitssituation im Unternehmen ...................................................... 19
Abb. 8: Anzahl der angebotenen Maßnahmen (Häufigkeitsverteilung in Prozent) .................................................. 20
Abb. 9: Anteil der Unternehmen mit mindestens einer Maßnahme/zwei Maßnahmen in den fünf Handlungsfeldern familienfreundlicher Unternehmenspolitik ........................................................................... 21
Abb. 10: Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung ........................................................................................... 27
Abb. 11: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern/in Elternzeit .............................. 28
Abb. 12: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich Kinderbetreuung .................................................. 30
Abb. 13: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich FamilienService (nur Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten) .................................................................................................................. 32
Abb. 14: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen ........33
Abb. 15: Motive für die Einführung familienfreundlicher Maßnahmen .................................................................. 36
Abb. 16: Gründe, keine familienfreundlichen Maßnahmen einzuführen ............................................................... 39
Abb. 17: Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen .......................................... 40
Abb. 18: Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen, differenziert nach Anzahl bereits angebotener Maßnahmen ................................................................................................. 42
Abb. 19: Anteil der Unternehmen mit dem Wunsch nach mehr Unterstützung, in Differenzierung nach Wirtschaftszweigen ............................................................................................................. 44
Abb. 20: Anteil der Unternehmen mit dem Wunsch nach mehr Unterstützung, in Differenzierung nach Maßnahmenanzahl .................................................................................................................. 45
Abb. 21: Bereiche, in denen mehr Unterstützungsbedarf gewünscht ist ................................................................. 47
Abb. 22: Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik nach Herkunft der Unternehmensinhaberinnen und -inhaber ........................................................................................................................................ 51
Abb. 23: Anteil der Unternehmen mit mind. einer Maßnahme in den Handlungsfeldern nach Herkunftsgruppen .............................................................................................................................................. 53
Abb. 24: Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen nach Herkunft .............. 55
Abb. 25: Bereiche, in denen mehr Unterstützung gewünscht wird, nach Herkunft der Inhaberinnen und Inhaber ............................................................................................................................................. 57
Abb. 26: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Art der zugrunde liegenden Motive ............................. 62
Abb. 27: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Informationsstand ...................................................... 63
Abb. 28: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Unternehmensgröße .................................................... 65
Abb. 29: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Wirtschaftszweigen .................................................... 66
Abb. 30: Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik ................................................................................... 71
Abb. 31: Genutzte Formen der Kinderbetreuung .................................................................................................. 73
Abb. 32: Problemfelder bei der Kinderbetreuung ................................................................................................ 75
Abb. 33: Problemfelder bei der Pflege von Familienmitgliedern ........................................................................... 76
Abb. 34: Einschätzung der persönlichen Vereinbarkeitssituation ....................................................................... 78
Abb. 35: Herkunft der Inhaberinnen und Inhaber von Mehrpersonenunternehmen ............................................. 94

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Einflüsse auf den Umfang familienfreundlicher Maßnahmen (Regressionsanalysen) .................................. 69
Tab. 2: Ausschöpfung der Bruttostichprobe ........................................................................................................ 91
Tab. 3: Vergleich der Grundgesamtheit der Arbeitgeberinnen und -geber mit Migrationshintergrund (Mikrozensus und Primärerhebung) .................................................................................................. 93
1. Einleitung


Eine familienfreundliche Personalpolitik zu verfolgen, ist auch für Unternehmen von Migrantinnen und Migranten stets eine Herausforderung. Bislang ist nicht bekannt, inwieweit die Unternehmen von Migrantinnen und Migranten von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind, welche Bedeutung sie einer Lösung beimesen und ob bzw. welche Maßnahmen sie ihren Beschäftigten zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten und welche Bedürfnisse sie haben, um eine familienfreundliche Personalpolitik umzusetzen.

2. Forschungsstand


2.1 Verbreitung von familienfreundlichen Maßnahmen


---

\(^1\) Institut der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, Köln 2011.


ländervergleichende Studie\textsuperscript{4} bemängelt, dass bei Paarhaushalten in Deutschland die Vollzeittätigkeit des Erstverdieners häufig nur mit einer geringfügigen Beschäftigung des Zweitverdieners einhergeht und die Alleinerziehenden stärker als anderswo auf sich alleine gestellt sind. Hinzu kommt, dass Mütter in Deutschland weit häufiger als in anderen Ländern nach der Geburt eines Kindes nicht mehr in den Beruf zurückkehren oder nur noch Teilzeit arbeiten.

Familienfreundlichkeit verlangt offenbar ein ganzes Bündel an Maßnahmen, die den spezifischen Lebens- und Arbeitsbedingungen der Beschäftigten gerecht werden können. Bei einer eher ganzheitlichen Betrachtung der Maßnahmen kommt der Europäische Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit zu dem Ergebnis, dass lediglich etwa 38\% der Unternehmen das „Prädi kat Familienfreundlichkeit“ ausgestellt werden kann.\textsuperscript{5} Voraussichtlich sind die Unternehmen auch interessiert, diese Diskrepanzen zu überwinden, da sie nicht nur personalpolitisches\textsuperscript{6}, sondern auch betriebswirtschaftlich positive Effekte\textsuperscript{7} erwarten können. Zumindest attestieren einige weitere Studien den Arbeitgeberinnen und -gebern, dass hier in Bezug auf Vereinbarkeitsmodelle ein Umdenken stattfindet.\textsuperscript{8}

\section*{2.2 Herausforderungen und Hemmnisse bei der Umsetzung}

Aber die Umsetzung der Maßnahmen dürfte wohl vielen Unternehmen Probleme bereiten. Im Wesentlichen stellen die bisherigen Untersuchungen folgende Hemmnisse heraus: Zurückhaltung bei der Einführung von (weiteren)

\textsuperscript{5} Institut der deutschen Wirtschaft, gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Europäischer Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit, Köln 2010.
Maßnahmen ist natürlich vor allem von den Unternehmen zu erwarten, die keinen Bedarf in ihrer Belegschaft erkennen können oder denen die bisherigen Bestimmungen schlicht genügen.9 Die erforderlichen arbeitsorganisatorischen Veränderungen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf stoßen in vielen Unternehmen auf Bedenken, weil Arbeitsleistungen in der Belegschaft anders verteilt und zudem besser abgestimmt und koordiniert werden müssen. Dies erfordert veränderte Einstellungen, wenn nicht gar einen Wandel der Denkstrukturen sowohl bei den Führungskräften als auch bei den Beschäftigten.10 Soweit Arbeitsabläufe wegen Personalmangel nicht optimal organisiert werden können, beträfe dies vor allem kleinere Unternehmen, weshalb der Faktor Unternehmensgröße generell für maßgeblich gehalten wird.11 Einige Unternehmen fürchten auch nicht ersichtliche Kosten, die sie nicht auf sich nehmen möchten.12 Und teils werden rechtliche Unsicherheiten angeführt, da bspw. der Aufbau einer betriebsinternen Kinderbetreuung eventuell Fragen nach Vorschriften und Ähnlichem hervorrufen könnte.13

Die genannten Hemmnisse sind natürlich auch von subjektivem Charakter und spiegeln zudem nicht alle Einflüsse wider, die das familienpolitische Engagement bestimmen. Denn die Unternehmen zeigen sich in unterschiedlichem Maße fähig, die empfundenen Hürden zu überwinden. Dies wiederum ist von den nachfolgend erläuterten Rahmenbedingungen abhängig.

2.3 Einflüsse auf den Umfang von Maßnahmen

Vor dem Hintergrund der weitverbreiteten Einsicht in die Notwendigkeit einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik und auch der Tatsache, dass es kaum noch Unternehmen gibt, die nicht wenigstens eine einzige Maßnahme in Richtung Familienfreundlichkeit vorzuweisen haben, geht es nicht

---

9 Institut der deutschen Wirtschaft, 2011.
11 Ebenda. Siehe auch im Folgenden.
mehr so sehr um das „Ob“, sondern eher um die Frage, in welcher Bandbreite Maßnahmen angeboten werden. Mit Blick auf die Unterstützungs- und Interventionsmöglichkeiten dürfte in diesem Kontext interessieren, welche Faktoren die Handlungsstärke und damit die Familienfreundlichkeit auf betrieblicher Ebene beeinflussen.


14 Ebenda, S. 41.
16 Wüst 2007, S. 32.
denz dürfte eine höhere Qualifikation den Willen beflügeln, Work-Life-Konflikte zu lösen.18

Unter den strukturellen Einflussfaktoren wird vor allem die Unternehmensgröße kontrovers bewertet. Die meisten Untersuchungen konstatieren, dass mit der Beschäftigtenzahl des Unternehmens auch die Familienfreundlichkeit wächst, da größere Unternehmen über mehr Ressourcen verfügen.19 Dagegen stellen multivariate Analysen häufig keinen signifikanten Einfluss durch die Betriebsgröße fest.20 Eine Untersuchung in NRW21 erkennt einen bipolaren Zusammenhang dergestalt, dass es eher die ganz kleinen und die großen Unternehmen sind, die sich familienbewusst zeigen. Aufseiten der Kleinstbetriebe werden hierfür informelle Kommunikationswege und kurze Entscheidungswege als entscheidend gesehen. Was den Wirtschaftszweig der Unternehmen und dessen Einfluss auf die Familienfreundlichkeit betrifft, stimmen die meisten Untersuchungen darin überein, dass die Branchenzugehörigkeit durchaus Relevanz besitzt, da hier bspw. Aufgabeninhalte und Arbeitszeiten den Gestaltungsspielraum determinieren können. Daher werden im verarbeitenden Gewerbe und im unternehmens- und personenbezogenen Dienstleistungssktor häufiger Maßnahmen angeboten.22 Es wird teils auch davon ausgegangen, dass sich ein hoher Frauenanteil unter den Beschäftigten auf die Fürsorgeleistung der Unternehmensführung niederschlägt. Allerdings klaffen auch hier die empirischen Befunde auseinander, d.h., es finden sich sowohl Belege für einen positiven Effekt23 als auch dafür, dass die Frauenquote ohne Wirkung bleibt.24

Es ist natürlich kaum zu sagen, inwieweit sich die bislang vorliegenden Erkenntnisse auf die Gruppe der Migrantenunternehmen übertragen lassen,

18 Ebenda, S. 36.
19 Institut der deutschen Wirtschaft, 2011; Mohr/Weber 2012.
23 Wüst 2007, S. 32.
24 Institut der deutschen Wirtschaft, 2011.
zumal die empirischen Befunde auch nicht immer in die gleiche Richtung zeigen. Mit Blick auf die dargestellten arbeitsorganisatorischen Hemmnisse bei der Einführung von familienfreundlichen Maßnahmen ist anzunehmen, dass sich dieses Problem bei Migrantenunternehmen noch verstärkt, da sie durchschnittlich eher geringere Ressourcen und Personalkapazitäten aufweisen und zudem einen teilweise schwierigeren Zugang zu Informationen haben. In Anbetracht der Tatsache, dass sich Migrantenunternehmen zudem auch übermäßig auf bestimmte Sektoren konzentrieren,\(^\text{25}\) könnte die Familienfreundlichkeit über den Umweg der Branchenzugehörigkeit beeinflusst werden.

3. Dynamik und Struktur der Migrantenunternehmen


Inwieweit Migrantenunternehmen eine wichtige Adresse für familienpolitische Initiativen sind, hängt natürlich nicht nur von deren zahlenmäßiger Präsenz, sondern weit mehr noch von ihrem Beschäftigenvolumen ab. Insbesamt stellen die Migrantenunternehmen in Deutschland in etwa 1,9 Mio. Arbeitsplätze, mit steigender Tendenz. In puncto Beschäftigungswirkung kommt vor allem den Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Türkei sowie aus Russland, aber auch bspw. denjenigen aus dem Nahen und Mittle- ren Osten große Bedeutung zu.

26 Da sich aber Personen mit Migrationshintergrund erst seit 2005 mit der amtlichen Statistik erkennen lassen, müssen für den langen Zeitraum die Zahlen für Ausländerinnen und Ausländer verwendet werden.
Entscheidend für die Frage der Familienfreundlichkeit sind insbesondere betriebliche Organisationsstrukturen, die unter anderem durch die Branchenzugehörigkeit beeinflusst werden. Zwar konzentrieren sich Migrantenunternehmen noch überproportional häufig auf traditionelle Sektoren, doch die Branchenstruktur ist wesentlich breiter und auch moderner als vielfach vermutet. Insgesamt betätigt sich nur ein Drittel (33%) im Gastgewerbe und Handel, und dies mit abnehmender Tendenz. Rund 15% sind dem produzierenden Gewerbe und inzwischen sogar ein Viertel (24%) den wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen, in welchen sich viele freiberuflich ausgeübte Professionen finden. Trotz allem ist zu berücksichtigen, dass sich die wirtschaftliche Struktur den einheimischen Unternehmen zwar nähert, aber traditionelle Routinedienstleistungen (darunter auch die „sonstigen“ nicht wissensintensiven haushaltsnahen Dienstleistungen) noch immer überwiegen.

27 Leicht et al. 2012.
Möglicherweise sind es auch die kognitiven Ressourcen, die familienfreundlichen Entscheidungen begünstigen. Mit der Zuwanderung aus Osteuropa und asiatischen Ländern hat sich das Qualifikationsniveau im Unternehmensmanagement verändert. Der hohe Anteil an Ungelernten, der sich vor allem aus der sogenannten „Gastarbeitergeneration“ ergibt, hat sich auf ein Viertel (27%) verringert, während der Anteil derjenigen mit Hochschulabschluss auf 29% gestiegen ist.

Abb. 2: Verteilung nach Beschäftigungsgrößen (nur Mehrpersonenunternehmen)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen; ifm Universität Mannheim.

Folgt man den bisherigen Untersuchungen, ist die Beschäftigtenzahl bzw. die Unternehmensgröße von zentraler Bedeutung für das familienpolitische Engagement. Daher dürfte natürlich eine entscheidende Rolle spielen, dass unter den Migrantenerunternehmen rund 62% überhaupt keine Beschäftigten haben. Dies ist aber auch bei über der Hälfte (55%) der einheimischen Selbständigen der Fall.

28 Siehe Kapitel 2.
Konzentriert man sich auf die Mehrpersonenunternehmen, die in unserer Untersuchung im Mittelpunkt stehen, dann ist festzuhalten, dass auch in diesem Segment zwei Drittel (66%) weniger als fünf Beschäftigte haben und nur 2% zu den mittleren und größeren Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten zählen (vgl. Abb. 2). Diese Größenstruktur weicht zwar von derjenigen der Unternehmen von Einheimischen ab, allerdings zählt auch dort über die Hälfte (52%) zu den Kleinstunternehmen. Unter den migrantisch geprägten Unternehmen summiert sich der Anteil an Kleinstunternehmen mit bis zu maximal neun Beschäftigten damit auf 89%, während dieser bei den Unternehmen der „Einheimischen“ 81% beträgt. Das heißt, Migrantenunternehmen sind insgesamt kleinbetrieblicher strukturiert.


---

29 Da in unserer Untersuchung das Merkmal „Migrationserfahrung“ ausschlaggebend ist, können für Vergleiche selbstredend nur die inhabergeführten Unternehmen und nicht die Kapitalgesellschaften herangezogen werden. Aber auch wenn man Kapitalgesellschaften einbezieht, haben 91% der Unternehmen weniger als zehn Beschäftigte (Statistisches Bundesamt 2012: Unternehmensregister).
30 Dazu zählt nicht allein der enge Kreis. In der Regel werden auch entfernt verwandte Angehörige mit dazu gezählt.
31 Der Anteil beträgt hier 34%. In Unternehmen, die den Ost- und Mitteleuropäern zuzuordnen sind, beträgt der Anteil mithelfender Familienangehöriger 29%, während in den Unternehmen der übrigen Gruppen der Anteil bei nur 24% liegt.
4. Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik

Inwieweit Migrantenunternehmen von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind, zeigt sich in indirekter Weise zunächst an der soziodemografischen Zusammensetzung ihrer Belegschaft, aber noch konkreter daran, wie viele Beschäftigte familiären Verpflichtungen nachkommen müssen. Dies ermöglicht erste Rückschlüsse darauf, ob und welche Bedarfe aufseiten der Betriebe potenziell bestehen und welche Dringlichkeit Maßnahmen gegebenenfalls besitzen.

4.1 Potenzial der Betroffenheit auf Basis der Beschäftigtenstruktur

Aus der Altersverteilung der Beschäftigten lassen sich erste Anhaltspunkte gewinnen, in welchem Umfang Migrantenunternehmen unter Umständen von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind (vgl. Abb. 3). In den befragten Betrieben sind 57% der Beschäftigten zwischen 20 und 40 Jahre alt. In diese Altersspanne fällt häufig auch die Phase der Familienplanung und -gründung bzw. die Elternphase. Weitere 34% sind älter als 40 Jahre, also in einem Alter, in dem die Frage nach der Pflege von Angehörigen vermutlich stärker an Bedeutung gewinnt. Das heißt etwa 90% der Beschäftigten in Migrantenunternehmen zählen allein schon von ihrer Altersverteilung her zu der Zielgruppe einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik.

32 Die Altersverteilung der Beschäftigten wurde nur für Migrantenunternehmen mit mehr als neun Beschäftigten erfasst.
Da es immer noch am häufigsten Frauen sind, die aus familiären Gründen ihre Erwerbstätigkeit einschränken, ist die Betroffenheit der Unternehmen von der Vereinbarkeitsproblematik auch davon abhängig, wie hoch der Frauenanteil unter ihren Beschäftigten ist. Insgesamt betrachtet sind in Migrantenunternehmen durchschnittlich 55% der Beschäftigten Frauen (vgl. Abb. 4). Betrachtet man die spezifische Verteilung weiblicher Beschäftigter auf die Unternehmen, so lassen sich vier von zehn Unternehmen gar als „frauendominiert“ bezeichnen.34

Vergleicht man diese Werte mit der Geschlechterverteilung der Beschäftigten in der Grundgesamtheit aller Unternehmen in Deutschland, dann finden sich unter den Migrantenunternehmen weit häufiger frauendominierte Betriebe.35

Da Frauen öfter als Männer aufgrund familiärer Verpflichtungen ihre Arbeits-

---


35 Nach Daten des IAB-Betriebspanels beträgt der Anteil frauendominiertener Betriebe in Deutschland 29%, ausgeglichener Betriebe 37% und männerdominierter Betriebe 34% (Fischer et al. 2009, S. 15.)
zeit reduzieren, dürften Migrantenunternehmen daher vermutlich auch überproportional stark von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sein.

Abb. 4: Frauenanteil unter den Beschäftigten in Migrantenunternehmen

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

4.2 Betroffenheit auf Basis konkreter Verpflichtungen von Beschäftigten

Aus der Altersstruktur und dem Frauenanteil der Beschäftigten lässt sich näherungsweise ableiten, wie viele Unternehmen potenziell von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind, womit auch solche Beschäftigte Berücksichtigung finden, die erst eine Familie planen. Mithilfe der Befragungsdaten kann zudem ermittelt werden (allerdings nicht im Vergleich mit „einhemischen“ Unternehmen), wie viele Migrantenunternehmen tatsächlich Beschäftigte mit familiären Verpflichtungen haben. Demzufolge hat die Hälfte (49%) der Betriebe Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Kindern (vgl. Abb. 5). Der Anteil der Unternehmen mit Beschäftigten, die Angehörige pflegen müssen, fällt mit 16% geringer aus. Insgesamt haben 55% der Unternehmen Beschäftigte mit familiären Verpflichtungen. Jedes zehnte Unternehmen ist somit doppelt betroffen, d. h. diese Unternehmen müssen sowohl für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Kindern als auch für Beschäftigte, die Angehörige pflegen müssen, adäquate Lösungen finden.
Sobald Beschäftigte aufgrund ihrer familiären Verpflichtungen nicht mehr in der Lage sind, ihrer Arbeit im gleichen Maße nachzugehen, wirkt sich dies auch auf das Unternehmen aus. Solches äußert sich beispielsweise in der Reduzierung der Arbeitszeit (Abb. 5, untere Grafik). In den letzten drei Jahren registrierten 22% aller Migrantenunternehmen, dass Beschäftigte ihre Arbeitszeit reduziert haben, um ihre Kinder besser betreuen zu können. Und in 7% der Unternehmen haben Beschäftigte dies zur Pflege von Angehörigen getan. Soweit es sich um „frauendominierte Unternehmen“ handelt, liegt der Anteil betroffener Unternehmen jeweils höher. Man könnte also vermuten,
dass in Unternehmen, in denen überproportional Frauen beschäftigt sind, das Vereinbarkeitsproblem auch stärker ins Bewusstsein gerät.36

4.3 Ausmaß der Betroffenheit in Migrantenunternehmen

Ausschlaggebend für das Maß an Betroffenheit ist jedoch nicht nur der Umstand, ob ein Unternehmen überhaupt Beschäftigte mit Familienverantwortung hat. Ein weiterer Gradmesser ist die absolute Zahl der von der Vereinbarkeitsproblematik betroffenen Beschäftigten. In Migrantenunternehmen hat durchschnittlich ein Viertel der Beschäftigten (27%) Kinder, die während der Arbeitszeit betreut werden müssen (vgl. Abb. 6)


Vom Problem der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege sind knapp 8% aller Beschäftigten in Migrantenunternehmen betroffen.

36 Siehe Kapitel 2 sowie im Folgenden und Kapitel 10.
Abb. 6: Durchschnittlicher Anteil an Beschäftigten mit familiären Verpflichtungen (pro Unternehmen)

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012
5. Bedeutung familienfreundlicher Unternehmenspolitik

Welche Bedeutung Unternehmerinnen und Unternehmer einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik beimessen, wird vor allem auch von der Einschätzung ihrer Notwendigkeit geprägt. Entscheidend ist dabei nicht nur die (bereits betrachtete) faktische Betroffenheit aufseiten der Beschäftigten, sondern genauso die Sensibilität der Führungsebene in Bezug auf die Vereinbarkeitsprobleme. Die Bedeutung des Themas kommt darüber hinaus aber auch auf der Handlungsebene zur Geltung, weshalb zudem der Umfang an Maßnahmen als Maßstab für die Bedeutung herangezogen wird.

5.1 Subjektive Bewertung der Vereinbarkeitssituation

Zunächst interessiert, wie einfach oder wie schwierig es aus der Perspektive der Unternehmensleitung für ihre Beschäftigten ist, Familie und Beruf zu vereinbaren. Auf einer vorgegebenen Skala von eins („sehr einfach“) bis zehn („sehr schwierig“) sollte die Unternehmensleitung die Vereinbarkeitssituation im eigenen Haus einschätzen (vgl. Abb. 7). Demzufolge ordnen in etwa 29% der Befragten ihr Unternehmen eher in der Mitte ein (Skalenwert 5 und 6). Zieht man an dieser Stelle den Scheitel, so ist fast die Hälfte (48%) der Meinung, dass es in ihrem Unternehmen eher einfach ist, Familie und Beruf zu vereinbaren. Dagegen schätzt nur etwa ein Viertel der Befragten die Situation als eher schwierig ein (24%).

Aus Sicht der Betroffenen dürfte dieses Meinungsbild wohl kaum die reale Situation in den Unternehmen widerspiegeln. Mit Blick auf die öffentliche Debatte um die Kluft zwischen Berufs- und Familienleben lassen die Antworten eher vermuten, dass bei einem großen Teil der Unternehmen das Problem offenbar noch nicht ins Bewusstsein getreten ist. Dies schließt nicht aus, dass in bestimmten Segmenten die Vereinbarkeitssituation vielleicht dennoch mit gewissem Recht als „einfach“ eingestuft wird, weil sich einige Unternehmen bereits einer Lösung des Problems angenommen haben. Wo dies

37 Siehe Kapitel 2.
der Fall ist, müsste dies anhand der angebotenen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf ersichtlich werden (siehe im Folgenden).

Abb. 7: Subjektive Bewertung der Vereinbarkeitssituation im Unternehmen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren ist in unserem Unternehmen ...</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>sehr einfach</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>sehr schwierig</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

5.2 Handlungsbereitschaft

Für einen groben Überblick bietet es sich zunächst an, das familienpolitische Engagement der Unternehmen anhand der Zahl der angebotenen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu bewerten. Selbst wenn nur diejenigen Migrantenunternehmen betrachtet werden, deren Beschäftigte betreuungsbedürftige Kinder oder andere Familienangehörige haben, sind es lediglich 2% der Unternehmen, die überhaupt keine Maßnahmen aufzulisten haben (vgl. Abb. 8). Dies liegt daran, dass bspw. Teilzeitjobs oder Formen flexibler Arbeitszeitgestaltung weit verbreitet sind, auch wenn sie nicht in erster Linie dem Vereinbarkeitsziel dienen. Insgesamt wurde den Befragten allerdings ein Katalog von 14 möglichen Handlungsweisen zur Auswahl gegeben, weshalb an der Zahl tatsächlich ergriffener Maßnahmen ersichtlich wird, wie breit die Angebotspalette jeweils ist. Fasst man die Anteilswerte zusam-
men, so listet genau ein Viertel (25%) der Migrantenunternehmen Maßnahmen in der Zahl zwischen eins und vier auf. Das Gros, nämlich 57% der Unternehmen, kann zwischen fünf und acht familienfreundliche Angebote nennen und nur bei 16% reicht das Angebot über acht Maßnahmen hinaus.

Abb. 8: Anzahl der angebotenen Maßnahmen (Häufigkeitsverteilung in Prozent)


38 Korrelation nach Pearson –0.08 (p-Wert: 0.0718).
nicht unbedingt als „einfach“ an. Hier kann es also durchaus sein, dass auch vorbildlich handelnde Unternehmen ihren Status kritisch reflektieren und die Situation weiterhin als „schwierig“ bewerten. Insgesamt betrachtet ist mit Blick auf den hohen Anteil selbstzufriedener Unternehmen, die aber gleichzeitig geringe Handlungsbereitschaft zeigen, wohl davon auszugehen, dass noch immer viele Unternehmen die Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf für die Personal- und Unternehmensentwicklung unterschätzen.

Abb. 9: Anteil der Unternehmen mit mindestens einer Maßnahme/zwei Maßnahmen in den fünf Handlungsfeldern familienfreundlicher Unternehmenspolitik

Die Bedeutung familienfreundlicher Personalpolitik bemisst sich allerdings nicht nur am Bewusstseinsstand oder an der Gesamtzahl der angebotenen
Maßnahmen, sondern darüber hinaus auch daran, welche Schritte in welchen Bereichen unternommen werden. Zur besseren Übersicht werden die Maßnahmen zunächst in fünf verschiedene Handlungsfelder unterteilt (vgl. Abb. 9). Dargestellt sind die Anteile der Migrantenunternehmen, die im betreffenden Bereich jeweils mindestens eine Maßnahme (alternative Betrachtung: mindestens zwei Maßnahmen) anbieten.


Am Kriterium „mindestens eine Maßnahme“ gemessen liegen die Anteile der Unternehmen, die in den jeweiligen Handlungsfeldern etwas zur Familienfreundlichkeit beizutragen haben, also relativ hoch. Sie sind mit den im „Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit“ ermittelten Werten durchaus zu vergleichen.40 Einige Anteilswerte sind jedoch wohl auch darauf zurückzuführen, dass viele der Maßnahmen zum gewohnten personalpolitischen Repertoire zählen, ohne dass hier das Ziel der Familienfreundlichkeit ganz bewusst im Vordergrund steht. Legt man aus diesem Grund einen strengeren Maßstab zugrunde und nimmt nur solche Unternehmen in die Rechnung auf, die mindestens zwei Maßnahmen im jeweiligen Handlungsfeld aufweisen,

---

39 Die Verbreitung familienfreundlicher Maßnahmen im Handlungsfeld Familienservice wurde nur bei Migrantenbetrieben mit mehr als neun Beschäftigten erfasst.
40 Ein Vergleich im Maßstab „eins zu eins“ kann nicht vorgenommen werden, da sich die Erhebungsmethoden im Detail leicht unterscheiden.
sinken die Anteile beträchtlich (vgl. Abb. 9). Ein strengerer Maßstab hätte durchaus seine Berechtigung. Denn die Pluralität der Lebenslagen der Beschäftigten verlangt derzeit und künftig, dass die Unternehmen ein breiter gefächertes Angebot an familienfreundlichen Maßnahmen auflegen müssen (siehe im Folgenden).

Geht man davon aus, dass eine effektiv familienfreundliche Personalpolitik nicht nur mehrere Maßnahmen, sondern gleichzeitig auch mehrere Handlungsfelder umfassen muss, um den diversen Bedürfnissen der Beschäftigten gerecht zu werden, dann zeigt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 9): Nur die Hälfte (49%) aller Migrantenunternehmen ist derzeit in der Lage, mindestens eine Maßnahme in drei Handlungsfeldern gleichzeitig anzubieten (25% der Unternehmen bei mindestens zwei Maßnahmen), und höchstens jedes zehnte Unternehmen (11%) kann diesen Anspruch in gleichzeitig vier Handlungsfeldern erfüllen.

Einige ergänzend durchgeführte qualitative Interviews verdeutlichen, dass viele der in den Migrantenunternehmen durchgeführten Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf nicht nahtlos in die Reihe der aufgelisteten standardisierten Angebote einzuordnen sind. Darüber hinaus werden auf betrieblicher Ebene oftmals auch individuelle Arrangements getroffen, die sich nicht auf jeden anderen Fall bzw. auf das Personal insgesamt übertragen lassen würden. Ein solches Verfahren wurde uns etwa von einem Textilverarbeitenden Migrantenunternehmen mit rund 250 Beschäftigten beschrieben. Einen Problemlösungsprozess beschreibt die Personalverantwortliche wie folgt:

Zitat: „Ja gut klar, dann kommt Derjenige zu uns und sagt, da und da habe ich Veränderungen, wie kriegen wir das hin? Und dann setzen wir uns zusammen und dann gehe ich zur Geschäftsführung und sage, so sieht das aus, so wäre das für ihn am besten, so könnten wir entgegen kommen, so haben wir uns das überlegt, was meint Ihr. Und dann trifft die Geschäftsführung die Entscheidung und dann versuchen wir schon da einen Weg zu finden."

Das heißt, die individuellen Problemlagen der Beschäftigten scheinen hier viel eher durch persönliche Absprachen und das Aufeinander-Zugehen beider Seiten angegangen zu werden. Allerdings dürften informelle Vereinbarungen
ansonsten vor allem in kleineren Unternehmen häufiger vorkommen, da hier die Arbeitsorganisation eine höhere Flexibilität erfordert und zudem Betriebsleitung und Betroffene häufig in einem engeren Verhältnis zueinander stehen.
6. Handlungsfelder und Breite der angebotenen Maßnahmen

Eine familienfreundliche Personalpolitik kann sich auf mehrere Handlungsfelder erstrecken und dabei auch eine unterschiedliche Intensität und Breite aufweisen. Nachfolgend wird die Relevanz einzelner Maßnahmen innerhalb der genannten fünf Handlungsfelder dargestellt.

6.1 Flexible Arbeitsgestaltung

Schritte zur flexiblen Arbeitsgestaltung sind nicht per se oder in erster Linie den familienfreundlichen Maßnahmen zuzurechnen, zumal sie für alle Beschäftigten eines Unternehmens angeboten werden und teils auch durch andere personenpolitische Motive begründet sind. Trotzdem eröffnen sie Beschäftigten mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen unter Umständen die notwendigen Spielräume, um ihren Alltag familienfreundlich zu organisieren.

Die weiteste Verbreitung (vgl. Abb. 10) finden mit ca. 70% die Instrumente Teilzeitarbeit und flexible Arbeitszeiten. Unter Letzteres fallen beispielsweise flexible Tages- oder Wochenarbeitszeiten, individuell vereinbarte Arbeitszeiten oder Arbeitszeitkonten. Die Hälfte der Unternehmen bietet die Möglichkeit, vorübergehend die Arbeitszeit zu reduzieren (52%). An dritter Stelle rangiert Tele- und Heimarbeit, die allerdings nicht in allen Wirtschaftszweigen ohne Weiteres angeboten werden kann. In Branchen, in denen Kundenkontakte die Präsenz der Beschäftigten erfordern, war zu erwarten, dass Tele- und Heimarbeit weniger verbreitet ist. So wird diese Maßnahme im Gastgewerbe (8%) oder im Handel (26%) wesentlich seltener angeboten als in den wissensintensiven Dienstleistungen (39%).

Darüber hinaus bot die Befragung den Unternehmen die Möglichkeit, weitere Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung zu nennen. Hier wurde insbesondere seitens der kleineren Migrantenunternehmen stark betont, dass sich die praktizierten Unterstützungsschritte weniger einem formellen Plan zuordnen ließen, sondern oftmals auf spontanen Vereinbarungen beruhen.

Abb. 10: Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung

Die ergänzend durchgeführten qualitativen Interviews richteten sich vor allem an mittlere und größere Unternehmen, wodurch sich Gelegenheit ergab, einzelne Modelle flexibler Arbeitsgestaltung näher zu beleuchten. Hier wurde deutlich, dass Teilzeitarbeit zwar weit verbreitet ist, aber sie wird nicht unbedingt als betriebliches Instrument zur Minderung des Vereinbarkeitskonflikts gesehen. Teilzeitstellen werden häufig aus anderen Gründen und auch gerne für die Randbelegschaft eingerichtet. Das heißt, sie sind seltener auf je ne Stammbeschäftigte zugeschnitten, die akut ein Betreuungsproblem zu bewältigen haben. Je nach Branche, Aufgabenstellung und Arbeitsorganisation kann es aber auch sein, dass Teilzeit gar nicht als geeignete Lösung bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gesehen wird. Und dies gilt nicht unbedingt nur für hoch qualifizierte Beschäftigte, wie folgender Fall demonstriert:

In einigen Fällen, in denen auf die volle Arbeitsleistung der Beschäftigten nicht verzichtet werden kann, werden dann bspw. „Gleitzeitmodelle“ als ein Beitrag für eine familienfreundliche Personalpolitik genannt.

6.2 Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern (Elternförderung)

Mit Blick auf das Handlungsfeld Elternförderung wurden die Unternehmen gefragt, inwieweit auf Beschäftigte mit Kindern besondere Rücksicht genommen wird, Teilzeit- oder eine phasenweise Beschäftigung auch während der Elternzeit möglich ist sowie ob Männern besondere Elternzeitangebote unterbreitet werden (vgl. Abb. 11).

Abb. 11: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern/in Elternzeit

<table>
<thead>
<tr>
<th>Maßnahme</th>
<th>Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Besondere Rücksichtnahme auf Eltern</td>
<td>83</td>
</tr>
<tr>
<td>(z.B. bei der Urlaubsplanung)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Teilzeit oder phasenweise Beschäftigung während</td>
<td>58.5</td>
</tr>
<tr>
<td>der Elternzeit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Elternzeitangebote speziell für Männer</td>
<td>25.5</td>
</tr>
<tr>
<td>Andere Maßnahmen</td>
<td>7.6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
Soweit bestimmte Maßnahmen Anwendung finden, steht in Migrantenbetrieben beim Handlungsfeld „Elternförderung“ die Absicht an vorderer Stelle, die Arbeitsorganisation auf die Bedürfnisse der Beschäftigten mit Kindern abzustimmen, beispielsweise bei der Urlaubsplanung. In acht von zehn Unternehmen (83%) wird ein solches Vorgehen bekundet. 59% der Unternehmen bieten den Beschäftigten auch während der Elternzeit die Möglichkeit, phasenweise oder in Teilzeit für den Betrieb tätig zu sein. Elternzeitangebote speziell für Männer sind dagegen in wesentlich geringerem Maß verbreitet. Diese werden von einem Viertel der Unternehmen zumindest angeboten.

Rund 8% der Migrantenunternehmen gehen über die genannten Angebote hinaus und bieten den Eltern zusätzliche Lösungen an. Dazu zählt beispielsweise der Wille, in Bedarfsfällen unbezahlten Sonderurlaub zu geben.

Zieht man auch hier wieder Informationen aus den qualitativen Interviews zurate, stellt sich die Frage, inwieweit es sich bei einigen Angeboten tatsächlich um bewusst betrieblich gesteuerte Maßnahmen handelt. So äußerte sich der Personalleiter eines mittelgroßen Handelsunternehmens hinsichtlich der Rücksichtnahme auf Eltern bei der Urlaubsplanung wie folgt:

Zitat: „Natürlich zeigen wir Rücksicht wenn jemand bei uns mit Kindern in Urlaub will. Da sprechen die Leute in der Abteilung einfach miteinander, wer kann wann und wer kann nicht. Alle auf einmal können natürlich nicht gehen. Deswegen gibt es Absprachen und wir haben da meistens nichts dagegen.“

Dieses Beispiel deuten darauf hin, dass hier ein großer Teil der Initiative bei den Beschäftigten selbst liegt und die Vereinbarkeitsproblematik in solchen Fällen zwar unter Mitwirkung der Geschäftsleitung, allerdings eher dadurch gelöst wird, indem die Beschäftigten ihre Möglichkeiten zur Urlaubsplanung im Vorfeld ausloten. Vor diesem Hintergrund dürften auch viele der genannten Maßnahmen in ihrer Intention und Qualität nicht gänzlich miteinander vergleichbar sein.
6.3 Maßnahmen zur Kinderbetreuung


Im Krankheitsfall von Kindern ermöglichene zwei Drittel aller Migrantenunternehmen (67%) ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Arbeitsfristellungen, die über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen. Weitere Maßnahmen in diesem Handlungsbereich sind von wesentlich geringerer Relevanz. So ist es nur in weniger als der Hälfte (41%) der Unternehmen möglich, betreuungsbedürftige Kinder mit an den Arbeitsplatz zu bringen.

Abb. 12: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich Kinderbetreuung

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
Das individuelle Problem der Kinderbetreuung wird von einem Teil der Unternehmen jedoch auch als Problem des Unternehmens wahrgenommen. Wohl aus diesem Grund unterstützt ein Drittel der Unternehmen (36%) ihre Beschäftigten bei der Suche nach einem Betreuungsplatz für ihre Kinder. Und immerhin ein Viertel (25%) leistet darüber hinaus finanzielle Unterstützung bei der Kinderbetreuung. Dieser relativ hohe Anteil mag verwundern, aber aus Zusatzinformationen lässt sich entnehmen, dass hierunter beispielsweise auch ein betrieblicher Zuschuss für das Engagieren von Babysitterinnen und Babysitern, Tagesmüttern und Tagesvätern usw. verstanden wird. Soweit es sich also um situationsbedingte Hilfeleistungen handelt, dürfte die Höhe der finanziellen Aufwendungen in vielen Fällen begrenzt sein.

Nur sehr wenige (5%) der Migrantenbetriebe bieten darüber hinaus noch andere Maßnahmen an. Dazu zählt beispielsweise, dass in einzelnen Unternehmen die Kinderbetreuung intern organisiert wird.

6.4 Familienservice

Andere Modelle setzen auf familienorientierte Dienstleistungen, die nicht direkt mit der Betreuung von Kindern oder anderen Angehörigen, aber bspw. mit deren Versorgung im Zusammenhang stehen. Ein solcher „Familienservice“ reicht von der Essensverpflegung bis zu Freizeitangeboten. Hinsichtlich der Anteilswerte ist zu beachten, dass hier nur Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten befragt werden konnten.41

Abb. 13: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich Familienservice (nur Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten)

![Diagramm: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen im Bereich Familienservice](image)

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Die am häufigsten genannte Maßnahme (13%) ist „Essen für Mitarbeiterkinder“. Hier muss jedoch erwähnt werden, dass zwei Drittel der Unternehmen, die diese Serviceleistung anbieten, dem Gastgewerbe zuzuordnen sind. Sonstige haushaltsnahe Dienstleistungen, wie Putzen, Gartenarbeit, Hol- und

---

41 Da haushaltsnahe Dienstleistungen oder Freizeitangebote für die Beschäftigten in Kleinstunternehmen äußerst unwahrscheinlich sind, wurden diese nicht mit diesbezüglichen Fragen konfrontiert.
Bringdienste, werden von 9% der Unternehmen angeboten, Freizeitangebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und vergleichbare Maßnahmen von höchstens jedem zwanzigsten Unternehmen (5%).

6.5 Maßnahmen für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen


Abb. 14: Anteil der Unternehmen mit Maßnahmen für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Maßnahme</th>
<th>Anteil in %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sonderurlaub für familiäre Verpflichtungen</td>
<td>70.9</td>
</tr>
<tr>
<td>Arbeitsfreistellung wegen Pflege der Angehörigen</td>
<td>59.7</td>
</tr>
<tr>
<td>Unterstützung bei Betreuungsplatzsuche</td>
<td>37.4</td>
</tr>
<tr>
<td>Andere Maßnahmen</td>
<td>6.8</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
So ist Sonderurlaub für die Pflege von Angehörigen in 70% der Unternehmen die Regel, Arbeitsfreistellungen werden in 60% der Unternehmen gewährt. Bei der Suche nach Betreuungsplätzen von Angehörigen unterstützen 37% der Unternehmen ihre Beschäftigten. Gerade Letzteres lässt vermuten, dass es sich hierbei weniger als in mittleren und größeren Unternehmen um „offizielle“ Regelungen, sondern viel eher um Verhaltensweisen handelt, die sich aus engen persönlichen Kontakten zwischen Beschäftigten und der Unternehmensleitung entwickeln können.
7. Motive und Gründe der Unternehmen für bzw. gegen familienfreundliche Maßnahmen

Welche Motive und Gründe bewegen Migrantenunternehmen dazu, dass sie Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf ergreifen? Und was sind bei den passiven Unternehmen die Gründe, weshalb sie keine familienbewusste Personalpolitik verfolgen?

7.1 Motive für eine familienfreundliche Personalpolitik

Alle Unternehmen, die mindestens eine familienfreundliche Maßnahme anbieten, wurden nach den Motiven hierfür gefragt (vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Motive für die Einführung familienfreundlicher Maßnahmen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Motiv</th>
<th>Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Halten oder Gewinnen qualifizierter Beschäftigter</td>
<td>82</td>
</tr>
<tr>
<td>Verbundenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen</td>
<td>80.9</td>
</tr>
<tr>
<td>Flexible Zeiteinteilung für die Beschäftigten</td>
<td>76.7</td>
</tr>
<tr>
<td>Imageverbesserung des Unternehmens</td>
<td>65.1</td>
</tr>
<tr>
<td>Reduzierung des Krankenstandes</td>
<td>63.3</td>
</tr>
<tr>
<td>Andere Gründe</td>
<td>13</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Als wichtigste Gründe für die Einführung von Maßnahmen wurden das „Hal- ten und Gewinnen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“ (82%) sowie die „stärkere Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen“ (81%) genannt. Dies sind vorrangig betriebswirtschaftliche Überlegungen, die zeigen,
dass die Arbeitgeberinnen und -geber Vereinbarungsmaßnahmen als ein Instrument zur Steigerung der Attraktivität des Unternehmens sehen; bspw. dann, wenn es um die Rekrutierung von Beschäftigten geht.

Hingegen lässt sich aus dem Motiv, den „Beschäftigten eine flexible Zeiteinteilung zu ermöglichen“, welches von drei Vierteln (77%) der Befragten angegeben wurde, eher ein Stück soziale Verantwortung oder eine Fürsorgepflicht gegenüber den Beschäftigten ablesen. Dieser Unterschied ist zu betonen, weil er – wie noch zu sehen ist\textsuperscript{42} – Implikationen für die Intensität der durchgeführten Maßnahmen birgt.

Auf niedrigerem, aber immer noch hohem Niveau folgen als weitere Gründe die „Imageverbesserung des Unternehmens“ (65%) und die „Reduzierung des Krankenstandes“ im Unternehmen (63%). Auch diese Argumente sind natürlich stark betriebswirtschaftlich motiviert.

Aus den zusätzlich durchgeführten qualitativen Interviews lassen sich einige Erkenntnisse gewinnen, welche Mechanismen manchen Entscheidungen zugrunde liegen, wenn es um Fragen der Einführung einer familienfreundlichen Personalpolitik geht. So wird aus einem der Gespräche mit der Leitung eines großen in der Lebensmittelproduktion angesiedelten Migrantenunternehmens deutlich, dass oftmals erst schmerzhafte Erfahrungen mit Vereinbarungsproblemen gesammelt werden müssen, aus denen dann entsprechende Lehren im Hinblick auf die ökonomischen Wirkungen gezogen werden.

Zitat: „Das ist auch für uns ein Thema (…). Zum Beispiel sind auch schon bei uns mehrmals durch Schwangerschaft Mitarbeiter, also Fachkräfte, entfallen. Wir verlieren unsere Fachkräfte und man verliert dann schon mal einen Markt. Wenn jemand fehlt, fehlt auch jemand von unserem Ziel.“

Weitere Gründe für die Einführung familienfreundlicher Maßnahmen sind häufig mit dem Ansinnen verbunden, die Motivation und Zufriedenheit der

\textsuperscript{42} Zu den Einflüssen auf familienfreundliche Unternehmenspolitik siehe Kapitel 2 sowie nächstes Kapitel.
Beschäftigten zu erhöhen und hierüber ein gutes Betriebsklima zu schaffen. In einem der geführten Gespräche wird dieses Motiv wie folgt formuliert:

Zitat: „Wir sind an Familienfreundlichkeit interessiert, damit eine gute Arbeitsatmosphäre besteht und ein gutes Team aufgebaut wird und damit die Mitarbeiter gerne im Unternehmen arbeiten. Menschlicher Kontakt und mehr Motivation ist wichtig.“

Während hier also eher das betriebsinterne Klima im Vordergrund steht, wird dieses nicht selten auch mit der Außenwirkung oder gar mit den Chancen einer Fachkräfterekrutierung in Verbindung gebracht: Wie ein solcher „Umweg“ funktioniert, zeigen die Äußerungen der Personalverantwortlichen in einem großen Modehaus:

Zitat: „Wir müssen immer freundlich sein, wegen unserer Kunden. Deshalb sorgen wir dafür, dass es den Mitarbeitern gut geht.“

Zitat: „Wir sind sehr darauf bedacht dass die Mitarbeiter zufrieden sind, denn mit dieser Zufriedenheit kommen sie gerne zu uns und das strahlen sie natürlich auch aus, nach außen. Und der Ruf ist auch das Wichtige, dass der Kreislauf dann wieder zusammengepackt ist und zurück kommt. Man spricht dann nach außen auch ‚Das haben wir hinbekommen, dass haben die mir ermöglicht, die Arbeitszeiten haben geklappt’. Geben und Nehmen steht hier an vorderster Stelle. So, dass sich natürlich auch andere wieder bei uns bewerben und sagen: ‚Mensch wir haben das so und so gehört, wie ist das denn? Können wir das auch irgendwie unter einem Hut bekommen?’

An dieser Stelle ist nochmals daran zu erinnern, dass die qualitativen Interviews bewusst ausschließlich mit mittleren und größeren Migrantenunternehmen geführt wurden, weshalb die in den Zitaten zum Ausdruck kommende personalstrategische Denkweise vielleicht in kleineren Betrieben nicht in dieser Deutlichkeit zu finden ist.

### 7.2 Gründe für Maßnahmenabstinenz

Gibt es in einem Betrieb indessen kein Angebot zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, wurden die Inhaberinnen und Inhaber nach möglichen Beweggründen gefragt bzw. danach, weshalb sie sich diesen Erfordernissen entziehen (vgl. Abb. 16). Dabei ist zu berücksichtigen, dass es lediglich
2% aller befragten Unternehmen insgesamt sind, die sich bisher zu keiner einzigen Maßnahme durchringen konnten.\textsuperscript{43}

Abb. 16: Gründe, keine familienfreundlichen Maßnahmen einzuführen

In knapp sechs von zehn Unternehmen (59\%) ist die Abstinenz darauf zurückzuführen, dass die Unternehmen eine zu geringe Zahl an Eltern bzw. Personen beschäftigen, die sich in der Familienphase befinden. Genauso häufig geben die Unternehmensinhaberinnen und -inhaber an, dass sie sich „bisher nicht mit dem Thema auseinandergesetzt“ haben. Die Hälfte der Befragten ist der Ansicht, es fehle an staatlicher Förderung und auch am Bedarf bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (jeweils 48\%). Knapp 45\% sehen in familienfreundlichen Maßnahmen keinen erkennbaren Nutzen und knapp 41\% geben an, Familienfreundlichkeit sei grundsätzlich keine Aufgabe eines Unternehmens.

\textsuperscript{43} Siehe Kapitel 5.
8. Zukünftige Bedeutung familienfreundlicher Personalpolitik

Wie reflektieren die Migrantenunternehmen die Problematik der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, wenn sie den Blick nach vorne richten, bzw. welche Bedeutung messen sie einer familienfreundlichen Personalpolitik im eigenen Unternehmen zukünftig bei? Diese Einschätzung variiert zwar je nach Handlungsfeld, aber insgesamt lässt sich erkennen, dass nur eine Minderheit von höchstens einem Fünftel der Unternehmen der Meinung ist, das Vereinbarkeitsproblem werde „unwichtiger“ werden (vgl. Abb. 17). Nicht ganz die Hälfte geht hingegen davon aus, dass das Thema „gleich wichtig“ bleibt, und immerhin rund ein Drittel bekundet sogar, es werde zukünftig „wichtiger“. 

Abb. 17: Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen

![Diagramm]

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Natürlich ist hinsichtlich der Fragestellung zu berücksichtigen, dass die zukünftige Bedeutung des Vereinbarkeitsthemas auch stark davon abhängig ist, welche Wertschätzung dem Thema in der bisher praktizierten Personalpolitik beigemessen wurde. Daher werden in Abb. 18 die Einschätzungen zur künftigen Relevanz familienfreundlicher Politik im Zusammenhang damit betrachtet, ob die bisher durchgeführte Zahl an Maßnahmen eher unterdurchschnittlich oder eher überdurchschnittlich ist.44

---

44 Die durchschnittliche Anzahl der in Migrantenunternehmen angebotenen Maßnahmen lässt sich auf etwa sechs beziffern.
Hieran wird ersichtlich, dass Unternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit in stärkerem Maße familienpolitisch engagiert haben, nicht unbedingt in ihren Anstrengungen nachlassen. Im Gegenteil: Es sind vor allem die

Mit Blick auf politische Initiativen ist dieses Ergebnis wichtig, weil es zeigt, dass die gewonnenen Erfahrungen mit der Durchführung von familienfreundlichen Maßnahmen dazu motivieren, diese Anstrengungen eher zu verstärken. Dies wiederum lässt darauf schließen, dass die maßnahmenaktiven Unternehmen ihre Personalpolitik als erfolgreich einschätzen und hieran auch zukünftig anknüpfen wollen.
9. Bedürfnisse und Unterstützungsbedarf


Abb. 19: Anteil der Unternehmen mit dem Wunsch nach mehr Unterstützung, in Differenzierung nach Wirtschaftszweigen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wirtschaftszweig</th>
<th>Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Wissensintensive (übrige) Dienstleistungen</td>
<td>51.6</td>
</tr>
<tr>
<td>Nicht wissensintensive (übrige) Dienstleistungen</td>
<td>58.1</td>
</tr>
<tr>
<td>Handel</td>
<td>50.7</td>
</tr>
<tr>
<td>Gastgewerbe</td>
<td>53.5</td>
</tr>
<tr>
<td>Verarb. Gewerbe, Bergbau, Energie</td>
<td>41.3</td>
</tr>
<tr>
<td>Baugewerbe</td>
<td>25.9</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Den Befragungsergebnissen zufolge sind die Meinungen in den Migrantenunternehmen klar in zwei Teile gespalten, denn genau die Hälfte aller Befragten wünscht sich „mehr Unterstützung bei der Realisierung von familienfreundlichen Maßnahmen“. Der Wunsch nach Unterstützung ist allerdings nicht gleichermaßen auf die Unternehmen verteilt. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche spielt insofern eine Rolle, als dass die Unter-
nehmen im Bau und im verarbeitenden Gewerbe tendenziell einen geringeren Bedarf an Unterstützung äußern, während er in den wissensintensiven und nicht wissensintensiven Dienstleistungen sowie im Gastgewerbe überdurchschnittlich hoch ist (vgl. Abb. 19).

Da kleinere Unternehmen über weniger Ressourcen verfügen, war zu vermuten, dass diese in stärkerem Maße Unterstützung verlangen. Ein signifikant betriebsgrößenspezifischer Effekt lässt sich anhand der Daten allerdings nicht erkennen,45 vielleicht auch deshalb, weil es hier an konkreten Vorstellungen mangelt, wie eine solche Unterstützung aussehen könnte (siehe im Folgenden).

Abb. 20: Anteil der Unternehmen mit dem Wunsch nach mehr Unterstützung, in Differenzierung nach Maßnahmenanzahl

![Diagramm: Wünschen Sie sich mehr Unterstützung bei der Realisierung von familienfreundlichen Maßnahmen in Ihrem Unternehmen?]

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Wichtige Anhaltspunkte zur gezielten Unterstützung von Migrantenunternehmen lassen sich auch aus Informationen über den Zusammenhang zwischen dem Unterstützungsbedarf und den bisherigen betrieblichen Aktivitäten gewinnen. Denn schließlich ist von Interesse, ob sich politische Initiativen eher an denjenigen Unternehmen orientieren sollten, die sich bislang noch nicht durch eine familienfreundliche Personalpolitik

45 Hier nicht abgebildet.
hervorgetan haben (vgl. Abb. 20), oder ob der Unterstützungsbedarf etwa bei den maßnahmenaktiven Unternehmen noch größer ist. Ganz offensichtlich müssen beide Gruppen gleichermaßen im Fokus behalten werden, denn es sind sogar die bislang maßnahmenfreudigeren Unternehmen, die zu einem leicht höheren Anteil einen Bedarf an Unterstützung (56%) signalisieren. Allerdings wünscht sich auch die Hälfte (50%) derjenigen Unternehmen mehr Hilfestellung, deren Familienfreundlichkeit bis dato noch unterdurchschnittlich ist.


Fast genauso häufig wurde der Wunsch nach finanzieller Förderung genannt (91%). Soweit die Interviewerinnen und Interviewer hier zusätzliche Informationen aufnehmen konnten, kam zum Ausdruck, dass sich die Förderung zum einen an die Unternehmen richten solle, beispielsweise in Form von Subventionen oder steuerlichen Erleichterungen, wenn Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf angeboten werden. Die finanzielle Unterstützung solle sich zum anderen aber auch direkt an die Familien richten, beispielsweise durch Zuschüsse bei der Kinderbetreuung.

46 Unter der Rubrik „Weiterer Unterstützungsbedarf“. Allerdings hat nur ein kleiner Teil der Befragten diese Möglichkeit genutzt.
Über zwei Drittel der Migrantenunternehmen (69%) wünschen sich eine **bessere Vernetzung und Kooperation** zwischen den Unternehmen und den lokalen Akteuren. Dabei sind bspw. Gemeinden und Jobcenter gefragt, aber auch Kirchen und Sozialverbände. Ein etwas geringerer Teil (58%) kann sich eine Unterstützung durch die Kooperation mit anderen Unternehmen vorstellen. Mehr Unterstützung in Form von **Beratung** wünschen sich 68%.

Abb. 21: Bereiche, in denen mehr Unterstützungsbedarf gewünscht ist

Mithilfe der zusätzlich durchgeführten **qualitativen Interviews** wurde versucht, einige der Forderungen zu spezifizieren. In diesem Kreis wurde allerdings nur der „Ausbau der Kinderbetreuungs- und Pflegeinfrastruktur“ thematisiert. Da es sich um größere Unternehmen mit einer teilweise in der Umgebung wohnenden Belegschaft handelt, ist verständlich, dass hier der Wunsch geäußert wurde, beim Ausbau der Betreuungsinfrastruktur solle auf die Nähe zum Betrieb geachtet werden, damit Umwege verhindert und der Zeitaufwand für die Beschäftigten minimiert werden. Einer finanziellen Förderung sind die befragten Migrantenunternehmen zwar nicht abgeneigt, allerdings fehlt es dort an konkreten Vorstellungen darüber, für welche betrieblichen Leistungen öffentliche Zuschüsse abverlangt werden könnten. In
einem der Migrantenunternehmen wurden Befürchtungen laut, man würde sich hierdurch auch auf bestimmte Maßnahmen festlegen. Auch Kooperationen wurden im Prinzip gutgeheißen, aber die Probandinnen und Probanden versprachen sich davon zunächst dennoch wenig, da sie nicht wüssten, mit welchen Institutionen oder Unternehmen sie in welcher Weise kooperieren könnten. Hier ist auch zu beachten, dass sich die Migrantenunternehmen noch in geringem Grad selbst organisieren und es außerdem auf örtlicher Ebene oftmals an Verbündeten mit vergleichbaren Ressourcen und Problemen mangelt.

Zumindest mit Blick auf die kleine Gruppe der zusätzlich Befragten lässt sich somit konstatieren, dass sich hier zunächst der Blick auf die öffentlichen Institutionen richtet, wenn es darum geht, handhabbare Vorschläge für eine finanzielle Förderung oder zum Aufbau von Netzwerken zu unterbreiten.

47 Dies gilt zumindest für die meisten Ethnien, d.h. wenn man von den „türkischen Organisationen“ ab-sieht.
10. Unterschiede zwischen Herkunftsgruppen


Unterschiede in der Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik

Hinsichtlich des Anteils an Unternehmen, die Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Kindern haben, zeigen sich zwischen den drei Gruppen kaum nennenswerte Unterschiede (Abb. 22). Dies ist eher in Bezug auf den Anteil an Unternehmen der Fall, die Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen haben. Hier sticht die Gruppe der Unternehmensinhaberinnen und -inhaber aus Ost- bzw. Mitteleuropa mit einem weit überdurchschnittlichen Anteil von 23% deutlich heraus, während die beiden anderen Gruppen bei 13% bzw. 16% liegen.

48 Dabei handelt es sich um: Türkei, Italien, Spanien, Portugal, das ehemalige Jugoslawien, Griechenland, Marokko und Tunesien.
49 Dabei handelt es sich um: Russland, Ukraine, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Rumänien und Bulgarien.
50 Die Zusammenstellung der Gruppen beruht nicht nur auf einer geografischen Grenzziehung, sondern auch auf der Erkenntnis, dass sich diese Aggregate von Herkunftsgruppen hinsichtlich ihrer Entwicklungs dynamik, Strukturen und Ressourcen gut unterscheiden lassen (siehe hierzu auch Kapitel 3).
Legt man auch hier wieder nicht nur den Unternehmens-, sondern auch den Beschäftigtenanteil zugrunde, zeigt sich in etwa das gleiche Muster, nur auf geringem Anteilsniveau. Die in puncto „Pflege“ tendenziell höhere Betrof-
fenheit der Beschäftigten in den Unternehmen von Inhaberinnen und Inhabern ost- und mitteleuropäischer Herkunft dürfte auf eine durchschnittlich ältere Belegschaft und möglicherweise auf eine höhere Sensibilität für das Thema zurückzuführen sein.

**Unterschiede in den Handlungs- und Maßnahmenbereichen**

Auch hinsichtlich der angebotenen Maßnahmen in den einzelnen Handlungs- und Maßnahmenbereichen zeigt sich nur wenige herkunftsspezifische Unterschiede. Zumindest sind die Diskrepanzen in den meisten Fällen von nur geringer Signifikanz.


Abb. 23: Anteil der Unternehmen mit mindestens einer Maßnahme in den Handlungsfeldern

<table>
<thead>
<tr>
<th>Maßnahme</th>
<th>Anwerbeländer</th>
<th>Ost- und Mitteleuropa</th>
<th>Rest der Welt</th>
<th>Insgesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung</td>
<td>87.4</td>
<td>91.2</td>
<td>90.5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern</td>
<td>84.2</td>
<td>86.5</td>
<td>88</td>
<td>96</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmen zur Kinderbetreuung</td>
<td>82.8</td>
<td>78.7</td>
<td>82</td>
<td>81.7</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmen für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Familienangehörigen</td>
<td>70.9</td>
<td>79.8</td>
<td>80.3</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
Die Unternehmen im Feld der ehemaligen Anwerbeländer ragen auch hinsichtlich ihrer Maßnahmen im Bereich „familienorientierter Service“ deutlich heraus. Und dies wiederum liegt insbesondere daran, dass es sich hier überproportional häufig nicht nur um Familienunternehmen, sondern zudem auch um Unternehmen im Gastgewerbe handelt, die den Familien der Beschäftigten dann entsprechende Verpflegungsangebote machen können.

Zusammengefasst lässt sich also konstatieren, dass es hinsichtlich der Dichte ergriffener Maßnahmen (erstens) im Groben und Ganzen nur geringfügige Unterschiede zwischen den drei Herkunftsgruppen gibt. Und (zweitens) sind in den Fällen, wo dann doch Diskrepanzen deutlich werden, die Unterschiede oftmals weniger auf die ethnische Herkunft der Entscheidungsträgerinnen und -träger, sondern auf die betrieblichen Strukturen zurückzuführen.

**Unterschiede in der Einschätzung der zukünftigen Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen**

Welche Bedeutung die Unternehmen einer familienfreundlichen Personalpolitik beimessen, kommt nicht nur durch ihre Handlungsbereitschaft, sondern auch durch die Einschätzung der zukünftigen Bedeutung einzelner Handlungsfelder zum Ausdruck. Über alle Maßnahmenfelder hinweg betrachtet zeichnet sich ab, dass die Ost- und Mitteleuropäerinnen und -europäer tendenziell häufiger die Meinung vertreten, die Bedeutung familienfreundlicher Maßnahmen werde in Zukunft „wichtiger“ (Abb. 24). Dem ist allerdings hinzuzufügen, dass in dieser Gruppe gleichzeitig eine stärkere Bipolarität in der Einschätzung zu beobachten ist. Denn hier sind es jeweils relativ wenige, die sich in der „Mitte“ einordnen, bzw. relativ viele, die der Ansicht sind, familienfreundliche Maßnahmen würden „unwichtiger“.51 Insofern bilden die gruppenbeschränkten Unterschiede ein eher amorphes Muster.

Konzentriert man sich auf die ersichtlichen Unterschiede, dann fällt auf, dass die Ost- und Mitteleuropäerinnen und -europäer überdurchschnittlich häufig den Maßnahmen im Bereich flexibler Arbeitsgestaltung eine wachsende Bedeutung zusprechen.

---

51 Hier nicht abgebildet. In der „Mitte“ liegen diejenigen, die der Meinung sind, die Bedeutung würde sich nicht verändern.
Auffällig ist ferner, dass die Gruppe der aus den Anwerbeländern stammenden Unternehmerinnen und Unternehmer seltener der Meinung ist, dass Maßnahmen für Beschäftigte mit Kindern oder auch für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen wichtiger werden. Dies ist allerdings im Zusam-
menhang damit zu sehen, dass sich hier relativ viele zwischen den beiden Extremen, d. h. zwischen „wichtig“ und „unwichtig“, in der Mitte einordnen. Darüber hinaus fällt auf, dass die Gruppe aus dem Rest der Welt deutlich sel tener der Ansicht ist, Kinderbetreuungsmaßnahmen würden an Bedeutung gewinnen. Insgesamt betrachtet lassen sich jedoch keine gravierenden her kunftsspezifisch begründbaren Differenzen erkennen.

**Unterschiede im Unterstützungsbedarf**

Bei der Frage, welche der drei Herkunftsgruppen den größten Unterstüt zungsbedarf äußert, ragen die Ost- und Mitteleuropäerinnen und -europäer mit einem Anteil von 58% heraus, während die Gruppe aus dem Rest der Welt deutlich seltener (46%) öffentlichen Beistand wünscht.  

In welchen Bereichen sehen die Migrantenunternehmen Unterstützungsbe darf? Alle drei Herkunftsgruppen sind sich darin einig, dass beim Ausbau der Betreuungsinfrastruktur besonderer Unterstützungsbedarf besteht (Abb. 25). Die ost- und mitteleuropäischen Unternehmerinnen und Unternehmer wünschen sich stärker als die beiden anderen Gruppen eine Unterstützung durch Gelder (99%), dagegen weit seltener durch Beratung oder Vernetzung. Ein Mehr an Beratung fordern insbesondere die Unternehmerinnen und Unter nehmer aus dem Rest der Welt (73%). In dieser Herkunftsgruppe kommt der Wunsch nach einer Unterstützung durch „Vernetzung und Kooperation mit Akteuren vor Ort“ besonders deutlich zum Ausdruck. 81% der Unternehmen in dieser Gruppe neigen zu einer solchen Form der Unterstützung, während dies bei den anderen nur zu 69% bzw. 54% der Fall ist. Eine „Vernetzung mit anderen Unternehmen“ wünschen sich vorrangig diejenigen aus der Gruppe der Anwerbeländer (65%). Dies mag darauf zurückzuführen sein, dass sie aufgrund ihrer Populationsgröße häufiger als die Unternehmen der anderen Gruppen die Möglichkeit haben, bei Netzwerkaktivitäten auf Landsleute zu treffen.

52 Hier nicht abgebildet.
Abb. 25: Bereiche, in denen mehr Unterstützung gewünscht wird

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
11. Einflüsse auf die Familienfreundlichkeit


Als ein Maßstab für die Familienfreundlichkeit eines Unternehmens wird dabei die Summe der in allen Handlungsfeldern angebotenen Maßnahmen verwendet. Schließlich bemisst sich eine familienfreundliche Unternehmenspolitik nicht mehr allein daran, ob, sondern in welchem Umfang Maßnahmen für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf angeboten werden.53 Dies gilt auch für Migrantenunternehmen, denn lediglich 2% haben überhaupt keine Maßnahmen dieser Art vorzuweisen.

11.1 Einfluss persönlicher Charakteristika und Einstellungen

Die Personal- und „Familienpolitik“ in den Unternehmen obliegt persönlichen Abwägungen und Entscheidungen, weshalb auch die Intensität, mit welcher die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessert wird, unter Umständen stark von persönlichen Charakteristika und Einstellungen abhängig ist. Welchen Einfluss haben also die soziodemografischen Merkmale, der Wissensstand und die mit bestimmten Einstellungen verbundenen Motive? Da sich die Untersuchung auf Migrantenunternehmen konzentriert, interessiert natürlich auch die Bestimmungskraft von migrationsbedingten Merkmalen. Al-

---

53 Siehe Kapitel 2.
lerdings können hier keine Vergleiche mit „einheimischen“ Unternehmen vorgenommen werden, da diese in der Erhebung nicht enthalten sind.

**Soziodemografische Merkmale**


**Einstellungen und persönlicher Wissensstand**

Mit der Haltung und Einstellung von Individuen kommt unter anderem die Bereitschaft zum Ausdruck, sich mit dem sozialen Umfeld oder mit der Situation anderer Personen auseinanderzusetzen. Da bestimmte persönliche Einstellungen auch bestimmte Motive bei der Verfolgung einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik hervorbringen, ist zwischen zwei gegensätzlichen Motivlagen zu unterscheiden: Einerseits können Unternehmerinnen und Unternehmer von der Motivation getrieben sein, für die Beschäftigten die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu vereinfachen, und somit Familienfreund-

54 Hier nicht abgebildet.

Abb. 26: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Art der zugrunde liegenden Motive

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Andererseits kann die Motivation für die familienfreundliche Gestaltung des Unternehmens aus der rationalen Einsicht erwachsen, dass diese zur Bindung von Beschäftigten und damit zur Humankapitalbildung des Unternehmens beiträgt. Familienfreundlichkeit kann in diesem Fall als betriebswirtschaftlich motivierte Erfolgsstrategie verstanden werden. Soweit Familienfreundlichkeit eher aus betriebswirtschaftlichen Gründen verfolgt wird, spiegelt sich dies in den Motiven „Beschäftigte durch Maßnahmen an das Unternehmen binden“ oder „qualifizierte Beschäftigte halten oder gewinnen“ wider.

Offenbar begünstigen beide Motivlagen die Familienfreundlichkeit in ähnlicher Weise. Unternehmer und Unternehmerinnen, die das Vereinbarkeitsziel aufgrund einer sozialen Verpflichtung gegenüber ihren Beschäftigten verfolgen, haben eine merklich höhere Zahl an Maßnahmen aufzuweisen als diejenigen, die nicht von diesem Motiv gelenkt werden (Abb. 26). Der gleiche Mechanismus lässt sich auch in Bezug auf betriebswirtschaftlich begründete Motive erkennen. Welche der Attitüden stärker wirkt und deshalb durch eine
gezielte Öffentlichkeitsarbeit unterfüttert werden sollte, wird im Folgenden noch anhand einer multivariaten Analyse untersucht.

Wenngleich das Engagement in Richtung einer familienfreundlichen Unternehmenspolitik weniger durch die Qualifikationen bzw. durch formales Wissen beeinflusst wird (siehe oben), so mag dennoch spezifisches Wissen über die Vereinbarkeitsproblematik von Bedeutung sein. Ein solches Wissen oder auch ein Informationsbedarf kommt etwa durch die „Einschätzung der zukünftigen Bedeutung von Familienfreundlichkeit“ oder durch die „Nachfrage nach Unterstützung in diesem Bereich“ zum Ausdruck. Beides impliziert eine positive Einstellung und dass sich die Unternehmensleitung intensiv mit der Thematik auseinandergesetzt hat. Wo dies der Fall ist, zeigt sich ein deutlicher Einfluss auf den Umfang angebotener Maßnahmen, der im Durchschnitt höher liegt als in der Vergleichsgruppe (Abb. 27).

Abb. 27: Durchschnittliche Anzahl der Maßnahmen nach Informationsstand

Da es sich um Unternehmerinnen und Unternehmer mit Migrationshin- grund handelt, ist natürlich von besonderem Interesse, welchen Einfluss zu- wanderungsbedingte Merkmale haben bzw. inwieweit bspw. die Aufent- haltstdauer auf die Familienfreundlichkeit des Unternehmens Einfluss nimmt. Je länger eine Person in Deutschland lebt, desto vertrauter wird sie mit bestimmten rechtlichen Rahmenbedingungen für familienfreundliche
Maßnahmen sein und wird über ein besseres Netzwerk verfügen, um sich adäquate Informationen zu beschaffen. Allerdings weisen die Unternehmen von Migrantinnen und Migranten, die schon länger in Deutschland leben, kein anderes Aktivitätsmuster als das der neu Zugewanderten auf.55

11.2 Einfluss betrieblicher Strukturen

Verschiedene strukturelle Merkmale der Unternehmen können als entscheidende Faktoren gesehen werden, die Einfluss auf die Familienfreundlichkeit nehmen. Dazu zählen vor allem die Unternehmensgröße, das wirtschaftliche Betätigungsfeld, die Beschäftigtenstruktur und der Wissenspool eines Unternehmens, wenn es um die Gestaltung einer familienfreundlichen Personalpolitik geht. Dabei kann zwischen Strukturmerkmalen unterschieden werden, die mit der Arbeitsorganisation eines Unternehmens im Zusammenhang stehen, und solchen Merkmalen, in welchen sich das in einem Unternehmen akkumulierte Wissen widerspiegelt.

Arbeitsorganisatorische Strukturmerkmale

Anhand der deskriptiven Analysen ist zunächst festzuhalten, dass sich mit zunehmender Unternehmensgröße auch die Bandbreite an familienfreundlichen Maßnahmen erweitert (vgl. Abb. 28). Dies ist darauf zurückzuführen, dass mit einer höheren Beschäftigtenzahl auch die Lebens- und Problemlagen verschiedenartiger werden und daher in der Regel auch mehr Maßnahmen angeboten werden müssen, um den diversen Bedürfnissen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gerecht zu werden. Gleichzeitig verfügen größere Unternehmen aber auch über mehr Ressourcen, insbesondere Personalkapazitäten, um diesen Bedarf zu decken.

55 Hier nicht abgebildet.
Wissensbezogene Strukturmerkmale


\[56\] Hier nicht abgebildet. Siehe aber nächster Abschnitt.
Beschäftigten in den letzten drei Jahren ihre Arbeitszeit aus familiären Grün-
den reduzieren mussten, die durchschnittliche Zahl der Maßnahmen höher als in den Betrieben, die in diesem Zeitraum keine diesbezüglichen Erfahrun-
gen gesammelt haben. Auch hier kann man einen organisationalen Lernpro-
zess unterstellen, der entsprechende Maßnahmen in der Personalpolitik nach 
sich zieht. Auch dieser Zusammenhang wird nachfolgend genauer beleuchtet.

11.3 Einflussgeflecht in multivariater Betrachtung

Konzepte zur Unterstützung von Migrantenunternehmen bei der Gestaltung einer familienfreundlichen Personalpolitik erfordern Erkenntnisse darüber, welche der bisher identifizierten Faktoren das Engagement der Unternehmen wirkungsvoll erhöhen. Die dargestellten bivariaten Strukturvergleiche lassen jedoch noch nicht erkennen, in welcher Weise einzelne Faktoren zusammen-
spielen bzw. welche Wirkung sie unter Kontrolle der jeweils anderen erzie-
len. Dies kann anhand einer multivariaten Analyse (Regression) ermittelt werden.

Insgesamt betrachtet zeigen die Regressionsmodelle, dass die persönlichen 
Merkmale, und darunter die an Wissen und Erfahrungen orientierten 
Einstellungen, stärkere Effekte in Richtung Familienfreundlichkeit erzielen als die betrieblichen Strukturmerkmale (vgl. Tab. 1). Während die auf das Unternehmen und dessen Struktur bezogenen Variablen für sich allein ge-
nommen nur eine erklärte Varianz von 8% (Model 2 R² korr.) aufweisen, erhöht sich die Erklärungskraft durch die gleichzeitige Berücksichtigung der personenbezogenen Faktoren deutlich: Im Gesamtmodell steigt die Erklä-
rungskraft auf 30% (Model 5 R² korr.).

Im Einzelnen wird mit Blick auf die betriebsstrukturellen Merkmale deutlich, dass auch unter Kontrolle anderer Faktoren die Maßnahmenfreudigkeit mit der Unternehmensgröße steigt und in den wissensintensiven Dienstlei-
tungen signifikant mehr Angebote als in anderen Wirtschaftszweigen unter-
breitet werden. Dies sind allerdings gleichzeitig auch Einflussgrößen, von de-
nen Migrantenunternehmen weniger als die „einheimischen“ Unternehmen profitieren, da sie mit Blick auf ihre Struktur durchschnittlich kleiner und in
ihrer Performance auch seltener wissensintensiv ausgerichtet sind. Als weiterer wichtiger Einflussfaktor erweist sich das organisationale Wissen in Form von Erfahrungen, die mit den familiär bedingten Auszeiten der Beschäftigten gesammelt wurden. Im Übrigen bestätigen die multivariaten Modelle, die bereits deskriptiv erworbene Erkenntnis, dass die Altersstruktur der Unternehmen sowie der Anteil an weiblichen Beschäftigten oder Familienangehörigen keinen signifikanten Einfluss auf das familienpolitische Engagement der Unternehmen nehmen.

Auf der Ebene der Individuen wird das Aktivitätsniveau zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf stark vom persönlichen Wissen, vom Informationsstand und von den damit einhergehenden Attitüden bestimmt. Das Wissen um die künftige Bedeutung des Themas beeinflusst konsequenterweise den Umfang an familienfreundlichen Maßnahmen. Und ganz offensichtlich hängt die Bandbreite an Maßnahmen von bestimmten Einstellungen in der Unternehmensführung ab, was sich in den Motivlagen bei der Verfolgung einer familienfreundlichen Personalpolitik widerspiegelt. Zwar weisen betriebswirtschaftlich motivierte Strategien einen signifikant stark positiven Zusammenhang mit der Familienfreundlichkeit auf, aber der Einfluss auf das Aktivitätsniveau ist deutlich stärker, wenn der Motivation eine gesellschaftlichen Bedürfnissen orientierte bzw. eher altruistische Einstellung zugrunde liegt. Unter allen Prädiktoren erweist sich die soziale Verpflichtung gegenüber den Beschäftigten als die gewichtigste Einflussgröße.

Tab. 1: Einflüsse auf den Umfang familienfreundlicher Maßnahmen (Regressionsanalysen)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Model 1</th>
<th>Model 2</th>
<th>Model 3</th>
<th>Model 4</th>
<th>Model 5</th>
<th>Model 6</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Konstante</td>
<td>4.64***</td>
<td>4.59***</td>
<td>2.96***</td>
<td>2.75***</td>
<td>2.01***</td>
<td>2.77***</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[9.9]</td>
<td>[9.07]</td>
<td>[5.98]</td>
<td>[5.34]</td>
<td>[4.07]</td>
<td>[3.44]</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Wirtschaftszweige (Referenz Baugewerbe)</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Verarb. Gewerbe, Bergbau, Energie</td>
<td>0.76</td>
<td>0.91</td>
<td>0.76</td>
<td>0.5</td>
<td>0.33</td>
<td>0.4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[1.1]</td>
<td>[1.31]</td>
<td>[1.2]</td>
<td>[0.78]</td>
<td>[0.54]</td>
<td>[0.65]</td>
</tr>
<tr>
<td>Gastgewerbe</td>
<td>0.79</td>
<td>0.94</td>
<td>0.78</td>
<td>0.54</td>
<td>0.5</td>
<td>0.53</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[1.58]</td>
<td>[1.85]</td>
<td>[1.69]</td>
<td>[1.15]</td>
<td>[1.12]</td>
<td>[1.18]</td>
</tr>
<tr>
<td>Handel</td>
<td>0.97</td>
<td>1.12*</td>
<td>0.66</td>
<td>0.71</td>
<td>0.53</td>
<td>0.58</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[1.83]</td>
<td>[2.07]</td>
<td>[1.33]</td>
<td>[1.41]</td>
<td>[1.13]</td>
<td>[1.21]</td>
</tr>
<tr>
<td>Nicht wissensintensive (übrige) Dienstleistungen</td>
<td>0.83</td>
<td>0.81</td>
<td>0.65</td>
<td>0.33</td>
<td>0.25</td>
<td>0.34</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[1.43]</td>
<td>[1.36]</td>
<td>[1.19]</td>
<td>[0.59]</td>
<td>[0.49]</td>
<td>[0.65]</td>
</tr>
<tr>
<td>Wissensintensive (übrige) Dienstleistungen</td>
<td>1.57***</td>
<td>1.57***</td>
<td>1.29**</td>
<td>1.06*</td>
<td>0.95*</td>
<td>0.97*</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[3.04]</td>
<td>[2.96]</td>
<td>[2.66]</td>
<td>[2.16]</td>
<td>[2.04]</td>
<td>[2.05]</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Betriebsgröße (Referenz 1–4 Beschäftigte)</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5–9 Beschäftigte</td>
<td>0.64*</td>
<td>0.48</td>
<td>0.39</td>
<td>0.14</td>
<td>0.17</td>
<td>0.2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[2.42]</td>
<td>[1.76]</td>
<td>[1.53]</td>
<td>[0.53]</td>
<td>[0.71]</td>
<td>[0.83]</td>
</tr>
<tr>
<td>10–49 Beschäftigte</td>
<td>0.87***</td>
<td>0.76*</td>
<td>0.97***</td>
<td>0.64*</td>
<td>0.81**</td>
<td>0.81**</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[2.91]</td>
<td>[2.4]</td>
<td>[3.32]</td>
<td>[2.18]</td>
<td>[2.91]</td>
<td>[2.86]</td>
</tr>
<tr>
<td>&gt; 50 Beschäftigte</td>
<td>1.83*</td>
<td>1.9*</td>
<td>1.78*</td>
<td>1.9**</td>
<td>1.72*</td>
<td>1.69*</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[2.43]</td>
<td>[2.42]</td>
<td>[2.49]</td>
<td>[2.6]</td>
<td>[2.51]</td>
<td>[2.45]</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Organisationales Wissen zur Vereinbarkeitsproblematik</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Betriebsalter</td>
<td>–0.01</td>
<td>0</td>
<td>–0.01</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0.01</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[–0.63]</td>
<td>[–0.42]</td>
<td>[–0.58]</td>
<td>[–0.32]</td>
<td>[0.58]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Im Betrieb hat in den letzten 3 J. min. 1 Beschäftigte oder Beschäftigten die Arbeitszeit reduziert</td>
<td>0.87***</td>
<td>0.75***</td>
<td>0.71**</td>
<td>0.54**</td>
<td>0.52*</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[3.69]</td>
<td>[3.47]</td>
<td>[3.26]</td>
<td>[2.59]</td>
<td>[2.46]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Weitere Betriebsmerkmale</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anteil mithelfender Familienangehöriger</td>
<td>–0.01</td>
<td>0</td>
<td>–0.01</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0.01</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[–1.71]</td>
<td>[–0.37]</td>
<td>[–1.73]</td>
<td>[–0.96]</td>
<td>[–1.02]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Frauenanteil unter Beschäftigten</td>
<td>–0.05</td>
<td>–0.28</td>
<td>–0.15</td>
<td>–0.34</td>
<td>–0.31</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[–0.17]</td>
<td>[–1.07]</td>
<td>[–0.57]</td>
<td>[–1.39]</td>
<td>[–1.26]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Familienfreundlichkeit als gesellschaftliche Verpflichtung</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ermöglicht Beschäftigten flexible Zeiteinteilung</td>
<td>2.35***</td>
<td>1.71***</td>
<td>1.7***</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[9.41]</td>
<td>[6.65]</td>
<td>[6.53]</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Familienfreundlichkeit als Erfolgsfaktor</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>erhöht Verbundenheit mit Betrieb</td>
<td>1.57***</td>
<td>1.12***</td>
<td>1.06**</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[4.64]</td>
<td>[3.45]</td>
<td>[3.22]</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ermöglicht das Halten oder Gewinnen qual. Beschäftiger</td>
<td>1.33***</td>
<td>0.79*</td>
<td>0.79*</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>[4]</td>
<td>[2.48]</td>
<td>[2.45]</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Informations-/Wissensstand</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Unterstützung erwünscht</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>0.38</td>
<td>0.37</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[1.86]</td>
<td>[1.82]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Alle Maßnahmenbereiche in Zukunft wichtiger</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>0.9**</td>
<td>0.86**</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[3.13]</td>
<td>[2.98]</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Individualmerkmale</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Inhaberin oder Inhaber hat studiert</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>0.21</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[0.91]</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anteil der Lebenszeit in Deutschland</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[–0.8]</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Inhaberin weiblich</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>–0.01</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[–0.05]</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Alter Inhaberin oder Inhaber</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>–0.02</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>[–1.18]</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>R²</td>
<td>0.06</td>
<td>0.1</td>
<td>0.25</td>
<td>0.23</td>
<td>0.33</td>
<td>0.33</td>
</tr>
<tr>
<td>R² korr.</td>
<td>0.04</td>
<td>0.08</td>
<td>0.23</td>
<td>0.21</td>
<td>0.30</td>
<td>0.30</td>
</tr>
</tbody>
</table>
12. Exkurs: Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei Soloselbstständigen


Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik – Familienstand und Familiensituation

Wie auch bei den Unternehmen insgesamt reduziert sich auch bei den Einpersonenunternehmen die Zahl der von der Vereinbarkeitsproblematik Betroffenen allein schon dadurch, dass zum Beispiel in über der Hälfte58 der Haushalte der „Selbst-Beschäftigten“ keine Kinder leben. In unserer Erhebung wurden nur diejenigen Soloselbstständigen (weiter) befragt, die im Haushalt lebende Kinder und/oder pflegebedürftige Familienangehörige haben, um die sie sich kümmern müssen. Das heißt nachfolgende Angaben beziehen sich auf diese Grundgesamtheit.

57 Siehe Kapitel 1 und 3.
58 Nach dem Mikrozensus haben nur rund 43% aller soloselbstständigen Migrantinnen und Migranten einen Familienbezug.

Abb. 30: Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Insgesamt 85% haben eigene Kinder bzw. Kinder des Partners oder der Partnerin. Fast die Hälfte der Befragten gibt an, dass Kinder mit im Haushalt leben, sich allerdings selbst versorgen.59 Um die Pflege von Familienangehörigen müssen sich 15% der betreuungspflichtigen Soloselbstständigen kümmern. Bei etwa 3% der Befragten liegt eine „Doppelbelastung“ vor, d. h. sie

59 Ob dies erwünscht oder aufgrund mangelnder Alternativen erzwungen ist, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.
haben sowohl betreuungsbedürftige Kinder als auch pflegebedürftige Angehörige, um die sie sich kümmern müssen.

**Vereinbarkeit von Selbstständigkeit und Kinderbetreuung**

Um die Kinderbetreuung während der Arbeitszeit zu organisieren, müssen Eltern meist auf mehrere Betreuungsformen zurückgreifen. Entsprechend wurde in der Erhebung bei der Beantwortung der Frage nach der **Form der Kinderbetreuung** während der Arbeitszeit die Möglichkeit der Mehrfachantwort gewährt.  

Hier fällt auf, dass die Betreuungsaufgaben in Bezug auf die Kinder in erster Linie innerhalb der Familie verteilt sind (vgl. Abb. 31). Zu fast zwei Dritteln kümmern sich „hauptsächlich“ die (Ehe-)Partnerinnen oder (Ehe-)Partner um die Kinder. Dies ist jedoch vor allem bei den männlichen Selbstständigen der Fall: Acht von zehn Männern geben an, dass die Partnerin in erster Linie die Kinder betreut. Anders sieht es aus, wenn Frauen den unternehmerisch aktiven Part stellen. Dies zeigt sich etwa hinsichtlich der Frage, ob die Kinder während der Arbeitszeit betreut werden können. Im Durchschnitt betrachtet ist dies bei der Hälfte der Befragten der Fall, was aber im Wesentlichen daran liegt, dass insbesondere die selbstständigen Frauen die hohe Kunst der Balance zwischen Familie und Beruf beherrschen. Unter den Frauen liegt der Anteil der „Selbstbetreuenden“ bei 72%.


---

60 Die Antworten können oder müssen sich daher nicht auf 100% summieren.
61 Dies soll nicht heißen, dass die Geschlechterrollen innerhalb der Familien ohne Migrationshintergrund gänzlich anders verteilt sind. Einer Prognos-Untersuchung zufolge äußern Familien mit Migrationshintergrund sogar zu einem etwas höheren Anteil den Anspruch, dass beide Elternteile für die Erziehung und Betreuung der Kinder zuständig sind (BMFSFJ (Hg.): Familien mit Migrationshintergrund, 2010). Allerdings geben dennoch 84% der Mütter mit Migrationshintergrund an, in erster Linie für die häusliche Betreuung der Kinder zuständig zu sein. Das heißt, dieser Wert ist mit dem unserer Befragung durchaus vergleichbar.

Abb. 31: Genutzte Formen der Kinderbetreuung

---

62 Vergleiche mit anderen Gruppen sind hier kaum möglich, da die Betreuungsquoten ohnehin je nach Alter der Kinder und in Anspruch genommenen Einrichtungen variieren.
Nach Selbsteinschätzung der Befragten treten durch die gewählte Form der Kinderbetreuung zumeist keine Probleme auf, denn im Schnitt verweisen lediglich 17% aller Soloselbstständigen auf Schwierigkeiten. Differenziert man aber auch hier nach Geschlecht, dann erhöht sich der Anteil der Frauen, die Schwierigkeiten signalisieren, auf ein knappes Fünftel. Diese Zahl wäre sicherlich höher, wenn nicht ein übermäßig hoher Anteil der Soloselbstständigen versuchen würde, das Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zusätzlich am eigenen Arbeitsplatz zu lösen (siehe oben). Inwieweit dies auch gelingt, ist eine andere Frage. Immerhin jedoch unterstützt die Beobachtung, dass der Großteil (81%) der Soloselbstständigen keine Probleme bei der Betreuung der Kinder signalisiert, die These, dass eine beruflich selbstständige Tätigkeit mehr Flexibilität und Spielräume in der Arbeitsgestaltung und daher auch mehr Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet.63


Selbstständige sind in einem vergleichsweise hohen Maße selbst organisiert und wissen sich in der Regel nicht nur in beruflichen, sondern auch in priva-

64 Hier nicht abgebildet.
ten Belangen gut zu helfen. Aber dennoch klagt etwas mehr als ein Drittel (35%) über mangelnde **Informations- und Beratungsmöglichkeiten** bezüglich der lokalen Kinderbetreuung.

**Abb. 32: Problemfelder bei der Kinderbetreuung**

Deutlich häufiger als im Vergleich zur Kinderbetreuung äußern Soloselbstständige **Probleme** bei der Pflege von Familienmitgliedern. Soweit Befragte pflegebedürftige Familienangehörige haben, um die sie sich kümmern müssen, sieht sich diesbezüglich fast die Hälfte (47%) mit Problemen konfrontiert. Bei selbstständigen Frauen ist die Problemsicht nahezu identisch ausgeprägt (46%).

Die dabei auftretenden Problemfelder sind vielfältiger Natur (vgl. Abb. 33). Am häufigsten ergeben sich für die Betroffenen Schwierigkeiten durch Urlaub, Abendtermine oder Dienstreisen (40%). Etwas weniger, aber immer noch 20%, klagen über Finanzierungsprobleme und für 7% reicht das (externe) Pflegeangebot nicht aus. Die genannten „anderen Probleme“ beziehen sich vor allem auf zeitliche Schwierigkeiten, die sich beispielsweise durch
Arzttermine ergeben oder durch eine mangelnde Unterstützung der Krankenkassen oder staatlichen Behörden.

Abb. 33: Problemfelder bei der Pflege von Familienmitgliedern

Quelle: Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.

Wenngleich die Befragten vergleichsweise häufig Probleme bei der Pflege von Angehörigen sehen, halten die allermeisten die bestehenden Informations- und Beratungsmöglichkeiten für ausreichend. Lediglich 7% der Soloselbstständigen mit Pflegefällen in der Familie sind mit dem Angebot unzufrieden.

**Persönliche Einschätzung der Vereinbarkeitssituation**

Wie gut oder schlecht es gelingt, Familie und Beruf miteinander in Einklang zu bringen, bemisst sich unter anderem daran, inwieweit der eine Bereich zulasten des anderen geht. Beide Sphären geraten vor allem dann in Konflikt, wenn die für Beruf oder Familie zur Verfügung stehende Zeit begrenzt ist.

Insgesamt und ohne Geschlechterdifferenzierung betrachtet wird die persönliche Vereinbarkeitssituation von den befragten Soloselbstständigen mehrheitlich eher als gelungen eingeschätzt, wenngleich im Detail dennoch viele Schwierigkeiten ersichtlich werden (vgl. Abb. 34). So stimmt weit über die


Noch stärker kommt der Konflikt zwischen Familie und Beruf zur Geltung, wenn das einpersonenunternehmen von einer Frau geleitet wird. Frauen stimmen zwar zu einem geringeren Anteil der Aussage zu, dass das Familienleben unter den unregelmäßigen Arbeitszeiten leidet. Allerdings sind Frauen auch zu einem weit geringeren Prozentsatz als die Männer der Meinung, dass sich die Berufstätigkeit und die familiären Verpflichtungen gut vereinbaren lassen (47% gegenüber 88%).

Insofern bestätigt sich auch hier, dass die Ausübung einer beruflich selbstständigen Tätigkeit einerseits dazu beitragen kann, den Konflikt bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verringern. Andererseits besteht die Gefahr, dass diese Lösung bei der Verteilung der Familienverantwortung stärker zulasten der Frauen geht.65

---

### Abb. 34: Einschätzung der persönlichen Vereinbarkeitssituation

<table>
<thead>
<tr>
<th>Insgesamt</th>
<th>Frauen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Wir haben in unserer Familie in der Regel einen klar strukturierten Tagesablauf.</td>
<td>Wir haben in unserer Familie in der Regel einen klar strukturierten Tagesablauf.</td>
</tr>
<tr>
<td>Meine Berufstätigkeit lässt sich sehr gut mit meinen familiären Verpflichtungen, wie Kinderbetreuung etc. vereinbaren.</td>
<td>Unser Familienleben leidet erheblich unter den unregelmäßigen Arbeitszeiten von mir.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Quelle:** Primärerhebung ifm Universität Mannheim 2012.
13. **Fazit und Ausblick**

Kaum ein anderes Unternehmenssegment weist derzeit eine vergleichbare Dynamik auf wie das der Migrantenunternehmen. Ihre Zahl wächst kontinuierlich und damit auch die Zahl der Beschäftigten, die eine Arbeitgeberin oder einen Arbeitgeber mit Migrationshintergrund haben. Insofern müssen auch Initiativen zur Unterstützung einer familienfreundlichen Personalpolitik das Segment der Migrantenunternehmen involvieren und hierfür zunächst ergründen, inwieweit sie von der Vereinbarkeitsproblematik betroffen sind, welche Bedeutung sie dieser beimessen und welche Maßnahmen sie ergreifen.

Mit Blick auf diese Fragen ist vorauszuschicken, dass die Unternehmen von Migrantinnen und Migranten eher kleinbetriebliche Strukturen aufweisen, was sich auch in der **Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik** bemerkbar macht. Sehr kleine Unternehmen haben oftmals keine Beschäftigten, die Kinder oder andere Familienangehörige zu betreuen haben. In der Gesamtzahl betrachtet sind Migrantenunternehmen, und vor allem deren Beschäftigte, aber dennoch in beachtlichem Maße vom Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf betroffen:

- Über die Hälfte (55%) der Migrantenunternehmen hat Beschäftigte, die sich entweder um ihre Kinder oder um pflegebedürftige Angehörige kümmern müssen. In jedem zehnten Unternehmen ist beides der Fall.

- Legt man nicht die Zahl der Unternehmen, sondern das Volumen an betroffenen Beschäftigten zugrunde, ergibt sich eine andere Perspektive: In Migrantenunternehmen hat durchschnittlich ein Viertel der Beschäftigten (27%) Kinder, die während der Arbeitszeit betreut werden müssen. Vom Problem der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege sind knapp 8% aller Beschäftigten betroffen.

- Sieht man von den Kleinstbetrieben ab, so weisen Migrantenunternehmen eine andere Geschlechter- und Altersstruktur als „ein-
heimische Unternehmen auf, die darauf hinweisen, dass die Belegschaft in Migrantenunternehmen sogar potenziell stärker auf eine familienfreundliche Personalpolitik angewiesen ist.

- Es sind auch in Migrantenunternehmen überproportional häufig die Frauen, die ihre Arbeitszeit reduzieren, um Kinder zu betreuen oder Angehörige zu pflegen.

Die **Bedeutung, welche Unternehmen einer familienfreundlichen Personalpolitik** beimesen, wird nicht allein durch die Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik bestimmt. Sie kommt möglicherweise noch stärker durch die Sensibilität der Unternehmensleitung und vor allem durch das Niveau an Aktivitäten zum Ausdruck. Häufig wächst die subjektiv eingeschätzte Bedeutung eines Themas allein schon dadurch, dass die öffentliche Debatte dies verlangt. Daher lag der Schwerpunkt der Untersuchung auf der Handlungsbereitschaft, die sich vor allem entlang der angebotenen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf beurteilen lässt. Im Fokus stehen dabei diejenigen Unternehmen, die tatsächlich auch Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen haben.

- Es finden sich (ähnlich wie im Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit) auch unter Migrantenunternehmen kaum noch solche, die nicht mindestens eine der abgefragten Maßnahmen praktizieren. Nur in knapp mehr als 2% aller Fälle werden keinerlei Angebote gemacht, d. h. fast 98% aller Migrantenunternehmen offerieren ihren Beschäftigten mindestens eine Maßnahme. Dieser hohe Anteil dürfte jedoch auch darauf zurückzuführen sein, dass einige Maßnahmen zum personalpolitischen Standardrepertoire gehören, ohne dass das Ziel der Familienfreundlichkeit bewusst im Vordergrund steht.

- Aussagekräftiger ist daher der Umfang an Unternehmen, die mehrere Angebote machen. Doch lediglich genau ein Viertel (25%) der Unternehmen listet Maßnahmen in der Zahl zwischen eins und vier auf. Das Gros, nämlich 57% der Unternehmen, kann zwischen fünf und acht familienfreundliche Angebote nennen und nur bei 16% reicht das Angebot über acht Maßnahmen hinaus.
• Hinsichtlich der subjektiv eingeschätzten Bedeutung einer familienfreundlichen Personalpolitik gibt es noch Luft nach oben: Zwar ist etwa die Hälfte der Entscheidungsträgerinnen und -träger der Meinung, dass es in ihrem Unternehmen eher „einfach“ ist, Familie und Beruf zu vereinbaren. Doch unter genau diesen zeigen relativ viele eine eher geringe Handlungsbereitschaft, wenn es um die Angebote für die Beschäftigten geht. Dies verdeutlicht, dass die personalpolitischen Erfordernisse bei der Gestaltung familienfreundlicher Maßnahmen noch nicht richtig erkannt oder zumindest unterschätzt werden.


Die Handlungsbereitschaft kommt auch in der Breite der angebotenen Maßnahmen zur Geltung, wobei hier vor allem die jeweiligen Handlungsfelder von Interesse sind. Am Kriterium „mindestens eine Maßnahme“ gemessen liegen die Anteile der Unternehmen, die in den einzelnen Handlungsfeldern etwas zur Familienfreundlichkeit beitragen haben, relativ hoch. An der Maßnahmenvielfalt gemessen sieht dies dann anders aus:

• Die weiteste Verbreitung (91%) finden Maßnahmen zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung, wozu bspw. flexible Arbeitszeit, Telearbeit oder Heimarbeit zählen. Ein fast gleich hoher Anteil an Unternehmen (88%) unterstützt Beschäftigte mit Kindern durch besondere Rück- sichtnahme oder eine modifizierte Beschäftigungsform während der Elternzeit. Mindestens ein Angebot zur Unterstützung der Kinderbetreuung von Beschäftigten bieten etwas mehr als acht von zehn Migrantenunternehmen (82%). Ähnlich weit verbreitet (80%) ist die Unterstützung für Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen. In
geringerem Umfang (24%) finden sich Angebote im Bereich familienorientierter Dienstleistungen.

- Die Pluralität der Lebenslagen der Beschäftigten verlangt jedoch, dass die Unternehmen ein weitaus breiter gefächertes Angebot als nur jeweils eine einzige Maßnahme auflegen sollten. Legt man daher einen strengeren Maßstab zugrunde und nimmt nur solche Unternehmen in die Rechnung auf, die im jeweiligen Handlungsfeld mindestens zwei Maßnahmen aufweisen, sinken die Anteile der aktiven Unternehmen deutlich.

- Geht man davon aus, dass eine effektive familienfreundliche Personalpolitik gleichzeitig mehrere Handlungsfelder umfassen muss, um den diversen Bedürfnissen der Beschäftigten gerecht zu werden, dann zeigt sich folgendes Bild: Nur die Hälfte (49%) aller Migrantenunternehmen ist derzeit in der Lage, mindestens eine Maßnahme in drei Handlungsfeldern gleichzeitig anzubieten, und lediglich jedes zehnte Unternehmen (11%) kann diesen Anspruch in mindestens vier Handlungsfeldern erfüllen.

Ob und in welcher Weise ein politischer Handlungsbedarf besteht, lässt sich zum einen direkt an den Bedürfnissen zur Unterstützung einer familienfreundlichen Personalpolitik ablesen und zum anderen an den zugrunde liegenden Motiven oder – umgekehrt – an den Gründen, die der Einführung adäquater Maßnahmen entgegenstehen.

Zunächst mit Blick auf die Bedürfnisse und den Unterstützungsbedarf sind die befragten Migrantenunternehmen deutlich in zwei Teile gespalten, denn genau die Hälfte aller Befragten wünscht sich „mehr Unterstützung bei der Realisierung von familienfreundlichen Maßnahmen“. Folglich ist von Interesse, welche Art von Unternehmen Unterstützung verlangt und zudem, wie diese Hilfestellung aussehen soll:

- Ganz offensichtlich hängt der Wunsch nach öffentlicher Unterstützung nur in geringem Maße von den Ressourcen, der Struktur und dem Umfeld der Unternehmen ab. Denn die befürwortenden und ablehnenden
Betriebe unterscheiden sich weder in Bezug auf die Unternehmensgröße noch hinsichtlich anderer Strukturvariablen. Einzig der Wirtschaftszweig scheint eine gewisse Rolle zu spielen, da der Unterstützungsbedarf im produzierenden Gewerbe deutlich geringer als in einigen Dienstleistungsbereichen ist.

- Einen Beistand wünschen sich nicht nur Unternehmen, die bislang noch wenige Maßnahmen angeboten haben, sondern zu sogar leicht höherem Anteil diejenigen, die bereits überdurchschnittlich aktiv geworden sind. Dies unterstreicht den Befund, dass viele Unternehmen ihre Angebote sowohl noch zu verbessern als auch auszuweiten wünschen und daher der Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine wachsende Bedeutung zuschreiben.

- Soweit sich die Migrantenunternehmen Unterstützung wünschen, wird an erster Stelle die Forderung nach einer „Verbesserung der Kinderbetreuungs- und Pflegeinfrastruktur“ laut, also mithin in einem Gebiet, in welchem vor allem die öffentlichen Institutionen und weniger die Unternehmen selbst gefordert sind. Neun von zehn Unternehmen sehen hier zusätzlichen Handlungsbedarf und fast genauso viele äußern den Wunsch nach „finanzieller Unterstützung“.

Eine Diffusion von Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, hinein in alle Unternehmenssegmente, kann allerdings nur gelingen, wenn auch diejenigen Unternehmen integriert werden, die sich mit dem Thema bislang noch nicht auseinandergesetzt haben (und vielleicht auch deswegen keine Unterstützung verlangten). Dies erfordert zum einen ein besseres Verständnis der **Motive und Gründe** der Unternehmen, die für oder gegen familienfreundliche Maßnahmen sprechen. Zum anderen verlangt dies aber auch konkretes Wissen darüber, welche **Faktoren Einfluss auf die Entscheidung** nehmen, eine familienfreundliche Personalpolitik zu betreiben.

- Acht von zehn Unternehmen nennen als wichtigste Gründe für die Einführung von Maßnahmen das „Halten und Gewinnen von Mitarbeitern und Mitarbeitern“ sowie die „stärkere Verbundenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen“. Dies sind vorrangig betriebswirt-
schaftliche Überlegungen, die zeigen, dass die Arbeitgeberinnen und -geber Vereinbarkeitsmaßnahmen als ein Instrument zur Steigerung der Produktivität und Attraktivität des Unternehmens sehen; bspw. dann, wenn es um die Rekrutierung von Beschäftigten geht.

- Hingegen lässt sich aus dem Motiv, den „Beschäftigten eine flexible Zeiteinteilung zu ermöglichen“, welches von immerhin drei Vierteln der Befragten angegeben wurde, eher ein Stück soziale Verantwortung oder eine Fürsorgepflicht gegenüber den Beschäftigten ablesen.

- Als Gründe gegen die Einführung von familienfreundlichen Maßnahmen wurde an vorderster Stelle genannt, dass es im Unternehmen zu wenige Eltern in der Familienphase gäbe, gefolgt von dem Argument, dass sich die Unternehmensleitung noch nicht mit dem Thema auseinandergesetzt habe.


- Unter den strukturellen Faktoren wird die Familienfreundlichkeit vor allem durch die Unternehmensgröße und die Wissensintensität der Tätigkeit beeinflusst. Dies sind allerdings auch Einflussgrößen, von denen Migrantenunternehmen weniger als die „einheimischen“ Unternehmen profitieren, da ihre Beschäftigungszahl durchschnittlich kleiner und ihre Performance auch seltener wissensintensiv ausgerichtet ist.
• Entscheidend sind ferner die organisationalen Lernprozesse in Form von Erfahrungen, die ein Unternehmen infolge der Betroffenheit von der Vereinbarkeitsproblematik, etwa durch die familiär bedingten Auszeiten oder Ausfälle der Beschäftigten, sammeln kann. Auch hier sind Migrantenunternehmen eher im Nachteil, da sie eher jüngere Betriebe haben und ihr Erfahrungshorizont entsprechend kleiner ist.

• Allerdings konnte auch festgestellt werden, dass Unternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit in stärkerem Maße familienpolitisch engagiert haben, nicht unbedingt in ihren Anstrengungen nachlassen. Im Gegenteil: Es sind vor allem die Migrantenunternehmen mit einer überdurchschnittlichen Zahl familienfreundlicher Angebote, die davon ausgehen, dass diese in Zukunft auch wichtiger für ihre Personalpolitik werden.


• Insgesamt betrachtet erzielen die persönlichen Merkmale der Entscheidungsträgerinnen und -träger, und darunter die an Wissen und Erfahrungen orientierten Einstellungen, stärkere Effekte in Richtung Familienfreundlichkeit als die betrieblichen Strukturmerkmale. Diese Feststellung ist besonders wichtig, weil hierdurch deutlich wird, wo die Hebel zur Unterstützung von Migrantenunternehmen vorrangig anzusetzen sind.

Resümee und Handlungsempfehlungen: Die Untersuchung liefert eine Vielzahl einzelner Befunde, deren Bedeutung durch ein resümierendes Ge-
samtfazit keinesfalls vermindert werden soll. Dennoch lassen sich abschließen drei übergeordnete Erkenntnisse herausstellen:

**Erstens** hat – bedingt durch die kleinbetriebliche Struktur – nur etwas mehr als jedes zweite Migrantenunternehmen Beschäftigte, die sich um Kinder oder andere Familienangehörige kümmern müssen. In der Gesamtsicht ändert dies allerdings nichts daran, dass die Beschäftigten in Migrantenunternehmen in beachtlichem Maße vom Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf betroffen sind. Die soziodemografische Struktur der Beschäftigten spricht sogar dafür, dass hier noch dringlicher eine familienfreundliche Personalpolitik vonnöten scheint.


**Drittens** sind die Erkenntnisse darüber, welche Faktoren eine familienfreundliche Personalpolitik bestimmen, von enormer Bedeutung für die Gestaltung und vor allem die Ausrichtung politischer Initiativen zur Unterstützung von Migrantenunternehmen. Denn sie weisen darauf hin, dass es weniger auf die – nur schwer veränderlichen – betrieblichen Strukturmerkmale von Migrantenunternehmen als vielmehr auf das Wissen und den Informationsstand der Entscheidungsträgerinnen und -träger in diesen Unternehmen ankommt. Genau hier greifen auch die Instrumente, die den öffentlichen Institutionen auf der lokalen und auf der Bundesebene zur Verfügung stehen.

Allerdings kommt es nun darauf an, die bereits bestehenden Förderinitiativen in ihrer gesamten Breite den Bedürfnissen von Migrantenunternehmen anzupassen, aber vor allem die öffentlichen Angebote direkt an diese zu adressieren. Best-Practice-Beispiele und Vorbild-Unternehmen sind hierbei
14. **Anhang**

14.1 **Daten und Methoden**


**Migrationshintergrund und Migrantenunternehmen**


14.2 **Quantitative Daten**

**Sekundärdaten (Mikrozensus)**

Der Mikrozensus ist die beste Repräsentativstatistik in Deutschland zur Beobachtung von Bevölkerung, Lebensformen und Erwerbstätigkeit. Mit dem jährlich durchgeführten Mikrozensus werden sozioökonomische Daten von über 800.000 Personen bereitgestellt. Ein besonderer Vorteil gegenüber anderen amtlichen Daten besteht darin, dass der Mikrozensus eine Identifizierung von Personen bzw. Selbstständigen mit Migrationshintergrund erlaubt und als Haushaltsbefragung zusätzlich Informationen über Familienbezüge
bereitgestellt. Neben den Daten, die durch das Statistische Bundesamt standardmäßig aufbereitet werden, verfügt das ifm Mannheim über die für wissenschaftliche Zwecke bereitgestellten anonymisierten Individualdaten des Mikrozensus (Scientific Use Files).

**Primärerhebung**

Zwischen Oktober und November 2012 wurde eine computergestützte telefonische Befragung (CATI) von über 1.000 Migrantenunternehmen durchgeführt. Als Auswahlrahmen wurde das öffentliche Telefonverzeichnis (Festnetz und Mobilfunk) zugrunde gelegt.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tab. 2: Ausschöpfung der Bruttostichprobe</th>
<th>Summe</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Ist</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Eingesetzte Rufnummern</strong></td>
<td>9.210</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Σ stichprobenneutrale Ausfälle:</strong></td>
<td>2.772</td>
</tr>
<tr>
<td>ungültige Rufnummer/Faxgerät</td>
<td>1.579</td>
</tr>
<tr>
<td>kein Unternehmen/nicht selbstständig</td>
<td>582</td>
</tr>
<tr>
<td>nicht kontaktiert</td>
<td>599</td>
</tr>
<tr>
<td>Anschluss dauerhaft besetzt</td>
<td>12</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Bereinigtes Brutto** 6.438 100,0%

**Σ systematische Ausfälle** 5.437 84,5%

|                                          | Ist   | Prozent |
|------------------------------------------|-------|
| Anrufbeantworter                          | 1.860 | 28,9%   |
| Verweigerung Kontaktperson               | 2.784 | 43,2%   |
| starke Verständigungsschwierigkeiten    | 203   | 3,2%    |
| nicht realisierte Termine                | 570   | 8,9%    |
| Abbrüche in Interviews                   | 20    | 0,3%    |

**Realisierte Interviews insgesamt** 1.001 15,6%


66 Mit der technischen Durchführung wurde das Umfragezentrum Bonn beauftragt.
Die Identifizierung von Unternehmensinhaberinnen und - inhabern mit Migrationshintergrund erfolgte im ersten Schritt über ein Zuweisungsverfahren auf Grundlage der Namensforschung (Onomastik). Im zweiten Schritt wurden die Informationen zum Migrationshintergrund während der Feldphase konkret abgefragt und verifiziert.


**Struktur des Samples**


Ein Vergleich der Merkmale von Mehrpersonenunternehmen im Sample mit denen im Mikrozensus (Tabelle 2) zeigt, dass die Befragung ein gutes Abbild der Grundgesamtheit darstellt67. Dennoch wurden die Befragungsdaten auf Basis der Randverteilungen im Mikrozensus für die Merkmale Beschäftigten- größe, Wirtschaftszweige und ethnische Herkunft gewichtet, um die Stichprobe noch besser an die Gesamtverteilung anzupassen. Diese Vorgehens-

---

67 Die überproportionale Präsenz von Unternehmerinnen und Unternehmern türkischer und italienischer Herkunft und die leichte Unterrepräsentation derer aus der „übrigen Welt“ ist v. a. auf unterschiedliche Verweigerungsraten zurückzuführen, wird aber durch Gewichtungen wieder aufgehoben (s. im Folgenden).
weise ist erforderlich, da die auf dem Telefonverzeichnis beruhende Stichprobenauswahl nicht die Erreichbarkeit aller Migrantenunternehmen gewährleistet.\footnote{So sind beispielsweise Soloselbständige entweder nicht immer zweifelsfrei von Privatpersonen zu unterscheiden, oder sie verzichten ganz auf einen Eintrag für ihre Unternehmung. Dies ist häufig bei Kleinunternehmen im Baugewerbe oder den nicht wissensintensiven Branchen zu beobachten.}

| Tab. 3: Vergleich der Grundgesamtheit der Arbeitgeberinnen und -geber mit Migrationshintergrund (Mikrozensus und Primärerhebung) |
|---|---|---|
| **(Mehrpersonen-)Migrantenunternehmen** | **Mikrozensus\(^1\)** | **Primärerhebung** |
| **Branchen** | | |
| Prod. Gew., Land-/Forstwirt. | 6,8 | 4,1 |
| Baugewerbe | 8,4 | 5,5 |
| Handel | 20,6 | 18,1 |
| Gastgewerbe | 29,6 | 37,5 |
| wissensintensive DL | 17,7 | 23,7 |
| nicht wissensintensive DL | 16,9 | 11,1 |
| Insgesamt | 100,0 | 100,0 |
| **Beschäftigte** | | |
| 1–4 Beschäftigte | 65,9 | 62,1 |
| 5–9 Beschäftigte | 23,4 | 23,3 |
| 10–49 Beschäftigte | 8,6 | 13,3 |
| mehr als 50 Beschäftigte | 2,2 | 1,3 |
| Insgesamt | 100,0 | 100,0 |
| **Migrationshintergrund\(^2\)** | | |
| türkisch | 15,8 | 24,9 |
| italienisch | 10,7 | 18,9 |
| polnisch | 7,8 | 4,7 |
| russisch | 4,6 | 1,2 |
| Übrige | 59,8 | 49,7 |
| Insgesamt | 100,0 | 100,0 |

\(^1\) Mikrozensus Scientific Use File 2009, \(^2\) Migrationshintergrund der Unternehmensinhaberinnen oder -inhaber
14.3 Qualitative Daten

In Ergänzung zu der quantitativ ausgerichteten Befragung wurden zusätzlich fünf qualitative Interviews mit mittleren und größeren Migrantenunternehmen (mit zwischen 50 und 1.500 Beschäftigten) durchgeführt. Dieses Vorgehen ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass nur etwa 2% aller Migrantenunternehmen mehr als 50 Beschäftigte besitzen.\(^69\) Da die Befragung ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit bilden soll, enthält folglich auch die Stichprobe relativ wenige mittlere oder größere Unternehmen. Daher wurde die Vereinbarkeitsproblematik in diesem Unternehmenssegment zusätzlich mittels leitfadengestützter Interviews erfasst, um das

\(^{69}\) In Bezug auf Mehrpersonenunternehmen. Unter Einschluss der über 60% Einpersonenunternehmen ist der Anteil sogar noch geringer (Ergebnisse des Mikrozensus, Statistisches Bundesamt).
Wissen über Praktiken, Probleme und Lösungsansätze bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf auch in diesem Größenbereich zu vertiefen.
Dieses PDF ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung; es wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

**Herausgeber:**
Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11018 Berlin
www.bmfsfj.de

Für weitere Fragen nutzen Sie unser
Servicetelefon: 030 20179130
Montag–Donnerstag 9–18 Uhr
Fax: 030 18555-4400
E-Mail: info@bmfsfservice.bund.de

Einheitliche Behördennummer: 115*
Zugang zum 115-Gebärdentelefon: 115@gebaerdentelefon.d115.de

**Stand:** Mai 2013
**Gestaltung Titel und Impressum:** www.avitamin.de

* Für allgemeine Fragen an alle Ämter und Behörden steht Ihnen auch die einheitliche Behördenrufnummer 115 von Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 18.00 Uhr zur Verfügung. Diese erreichen Sie zurzeit in ausgesuchten Modellregionen wie Berlin, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen u.a.. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.115.de.