

Im Auftrag des



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit

Stubenring 1
1011 Wien

Ergebnisse der Studie

**Betriebswirtschaftliche Aspekte
familienfreundlicher Maßnahmen in österreichischen Unternehmen**

Wien, am 14. März 2008

Die Studie wurde erstellt von



Pecher Consulting GmbH

Mag.^a Martina Pecher hat selbst jahrzehntelange Erfahrungen in führenden Positionen der Wirtschaft, beste Kontakte zu Unternehmen und Führungspersonlichkeiten und war maßgebend am Pilotprojekt „Audit Familie und Beruf“ in der Entstehungsphase dieser Evaluierungs- und Zertifizierungsgrundlage beteiligt.

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|----------|
| 1. Ausgangslage | Seite 4 |
| 2. Beteiligte Unternehmen | Seite 4 |
| 3. Zeitraum der Studie | Seite 4 |
| 4. Projektstufe 1 | Seite 5 |
| 4.1. Struktur der beteiligten Firmen | Seite 5 |
| 4.2. Familienfreundlichkeit hat Tradition | Seite 6 |
| 4.3. Audit „Familie und Beruf“ und Wettbewerb „Taten statt Worte“ | Seite 6 |
| 4.4. Motive für familienfreundliche Maßnahmen | Seite 7 |
| 4.5. InitiatorInnen für familienfreundliche Maßnahmen | Seite 9 |
| 4.6. Externe Beratung | Seite 9 |
| 4.7. Umgesetzte Maßnahmen | Seite 9 |
| 4.8. Betriebswirtschaftliche Kennzahlen | Seite 11 |
| 5. Projektstufe 2 | Seite 13 |
| 5.1. Struktur der beteiligten Firmen | Seite 13 |
| 5.2. Familienfreundlichkeit hat Tradition | Seite 13 |
| 5.3. Audit „Familie und Beruf“ und Wettbewerb „Taten statt Worte“ | Seite 14 |
| 5.4. Motive für familienfreundliche Maßnahmen | Seite 16 |
| 5.5. Umgesetzte Maßnahmen | Seite 16 |
| 5.6. Betriebswirtschaftliche Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen | Seite 17 |
| 5.6.1. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 1 Motivation, Zufriedenheit, Identifikation | Seite 18 |
| 5.6.1.1. Allgemeine Befragungen der MitarbeiterInnen | Seite 19 |
| 5.6.1.1.1. Gallup Engagement Index | Seite 19 |
| 5.6.1.1.2. Hewitt Studie | Seite 20 |
| 5.6.1.1.3. Beurteilung der Methoden für die Studie | Seite 20 |
| 5.6.1.2. Individuelle Beurteilungsgespräche mit den MitarbeiterInnen | Seite 21 |
| 5.6.1.3. Ergebnisse der MitarbeiterInnen Gespräche | Seite 21 |
| 5.6.2. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 2 Ergebnisse, Leistungen | Seite 22 |
| 5.6.3. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 3 Krankentage, Fehlzeiten | Seite 23 |
| 5.6.4. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 4 Fluktuation, Rückkehr nach Karenz | Seite 25 |
| 5.6.4.1. Fluktuation | Seite 25 |
| 5.6.4.2. Rückkehr nach Karenz | Seite 26 |
| 5.6.5. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 5 Neubesetzung, Kosten der Personalsuche | Seite 27 |
| 5.6.5.1. Image des Unternehmens am Arbeitsmarkt | Seite 27 |
| 5.6.5.2. Anzahl der Blindbewerbungen | Seite 28 |
| 5.6.5.3. Anzahl der neu zu besetzenden Positionen | Seite 28 |
| 5.6.5.4. Fluktuationsbedingte Kosten | Seite 29 |
| 5.6.6. Betriebswirtschaftliche Aspekte, Themenbereich 6 Ergebnisse (Image, Marktanteile, Ertragslage) | Seite 30 |
| 5.7. Maßnahmen für familienfreundliche Betriebe | Seite 30 |
| 6. Zusammenfassung | Seite 31 |

1. Ausgangslage

Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen am Arbeitsmarkt rücken immer stärker die Frage nach betriebswirtschaftlichen Effekten von familienfreundlichen Maßnahmen in den Vordergrund.

Einerseits verlangen Globalisierung und verstärkter Wettbewerb eine Orientierung der Implementierung von familienfreundlichen Maßnahmen im Unternehmen an messbaren Erfolgsgrößen. Andererseits wird die Frage für Unternehmen, inwieweit familienfreundliche Maßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens am Arbeitsmarkt in der sich ändernden Erwerbspersonenstruktur verbessern kann, immer wichtiger.

Über betriebswirtschaftliche Effekte familienfreundlicher Maßnahmen gibt es noch wenige Studien, die für österreichische Unternehmen zutreffend sind. Die deutsche Studie der Prognos AG baut in ihren Kosten-Nutzen-Szenarien der „Familien GmbH“ auf Controllingdaten von 10 Großunternehmen auf, die in eine Modellrechnung für ein Unternehmen mit durchschnittlich 1.500 MitarbeiterInnen einfließen und ist daher für Österreich nicht typisch (siehe Anhang 5). Die Ergebnisse der Prognos Studie wurden anhand von 5 österreichischen Firmen hinterfragt. Teilgenommen haben daran die Firmen B.Braun GmbH, Druckerei Grasl, Österreichische Kontrollbank AG, Shell Austria und Verbundgesellschaft. Diese sind auch in der TRIGOS Studie – CSR rechnet sich, Jasch, Grasl, beschrieben. Die Ergebnisse der Prognos Studie sind im Anhang zusammengefasst. Ansonsten liegen auch in Deutschland nur in Ansätzen Erkenntnisse über quantifizierbare Effekte familienfreundlicher Maßnahmen vor.

2. Beteiligte Unternehmen

Entsprechend der Struktur der österreichischen Unternehmen wurden schwerpunktmäßig Klein- und Mittelbetriebe in der Studie berücksichtigt. Es wurden Unternehmen befragt, die sich bereits am „Audit Familie und Beruf“ oder am Wettbewerb „Taten statt Worte“ beteiligt haben. Auch einige wenige andere Unternehmen, die bereits familienfreundliche Maßnahmen im Betrieb umgesetzt haben, sich aber weder der Auditierung unterzogen noch dem Wettbewerb teilgenommen hatten, wurden in die Studie einbezogen.

3. Zeitraum der Studie

Die Studie wurde im September 2007 gestartet und im Februar 2008 abgeschlossen.

4. Projektstufe 1

Die Studie erfolgte in zwei Projektschritten. An der ersten Projektstufe, die im September 2007 gestartet wurde, beteiligten sich 105 Unternehmen (siehe Anhang 1). Diese wurden telefonisch befragt und/oder erhielten auf ausdrücklichen Wunsch einen schriftlichen Fragebogen (siehe Anhang 2), den sie ausgefüllt wieder zurückschickten.

4.1. Struktur der beteiligten Firmen

53 Unternehmen sind Kleinbetriebe mit unter 50 MitarbeiterInnen, 29 Unternehmen sind Mittelbetriebe mit 50 bis 249 MitarbeiterInnen und 23 Unternehmen sind Großbetriebe mit über 250 MitarbeiterInnen. In Summe sind in den beteiligten Firmen rund 50.000 MitarbeiterInnen beschäftigt. Die Betriebe kommen aus den Bereichen Produktion, Dienstleistung oder Handel. Einige wenige Betriebe sind Non Profit Betriebe, die ihre Wirtschaftlichkeit durch Einhaltung von Budgets unter Beweis stellen müssen.

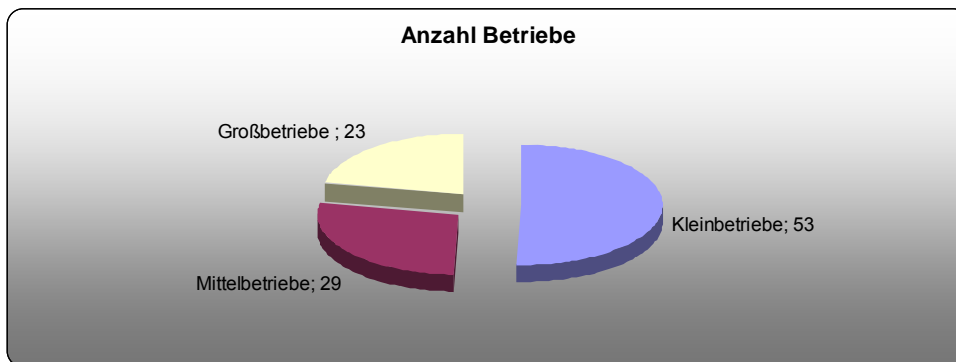


Abb.1: Anzahl der beteiligten Betriebe nach Größen, Projektstufe 1

Zwei Drittel der Unternehmen sind in Großstädten angesiedelt; ein Drittel der Unternehmen kommen aus dem ländlichen Raum. Aus allen österreichischen Bundesländern sind Unternehmen vertreten.

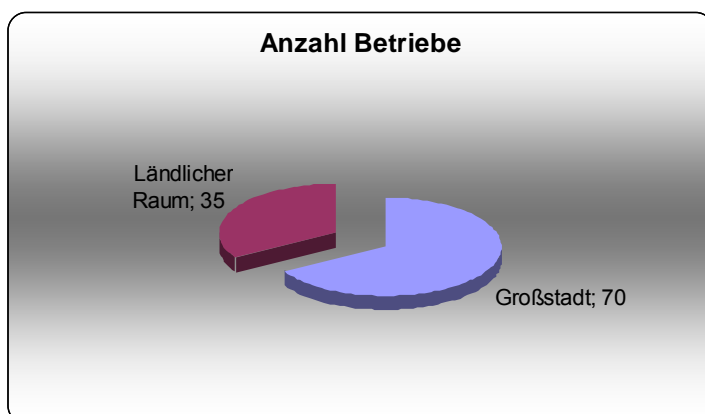


Abb.2: Anzahl der beteiligten Betriebe nach Region, Projektstufe 1

4.2. Familienfreundlichkeit hat Tradition

Schon in der ersten Projektstufe zeigt sich, dass in den meisten Unternehmen Familienfreundlichkeit schon seit vielen Jahren gelebt wird. So geben 63% der Unternehmen an, schon seit über 6 Jahren oder länger familienfreundliche Maßnahmen in ihren Unternehmen umzusetzen. Es stellt sich daher schon in dieser Projektstufe heraus, dass ein Vorher- Nachher Vergleich von Kennzahl schwer möglich ist. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass es vor allem in kleineren Unternehmen kaum möglich ist, für das Projekt relevante Daten zu erhalten, die länger als 6 Jahre zurückliegen.

Im Einzelnen antworten die Firmen auf die Frage, wann zum ersten Mal familienfreundliche Maßnahmen in den Unternehmen umgesetzt wurden, wie folgt:

- 10 % vor ca. 3 Jahren oder kürzer
- 17 % über 3, aber unter 6 Jahren
- 40 % über 6, aber unter 10 Jahren
- 23 % über 10 Jahren und länger
- 10 % keine Angaben / weiß nicht

4.3. Audit „Familie und Beruf“ und Wettbewerb „Taten statt Worte“

An der ersten Projektstufe beteiligen sich 62 Unternehmen, die sich bereits einmal dem Audit „Familie und Beruf“ unterzogen haben. 37 Betriebe haben am Wettbewerb „Taten statt Worte“ teilgenommen und 32 Betriebe haben sich auch zusätzlich an anderen Wettbewerben zu ähnlichen Themen, wie „Fit im Job“, „Woman Award“, „Fit for Future“, „Best working place“, „Verantwortung zeigen“ beteiligt.

Von den 62 auditierten Unternehmen sind:

- 34 % bereits reauditert.
- 21 % planen die Reauditierung in den nächsten Jahr
- 45 % wissen noch nicht, ob oder wann eine Reauditierung vorgesehen ist oder machen dazu keine Angaben

Einige wenige Betriebe wollen sich in Zukunft nicht mehr am Audit Prozess beteiligen, da zu viele personelle Ressourcen daran gebunden sind und sie im Audit selbst keinen Nutzen für das Unternehmen sehen, unabhängig von der Weiterentwicklung familienfreundlicher Maßnahmen.

4.4. Motive für familienfreundliche Maßnahmen

Die wichtigsten Motive, familienfreundliche Maßnahmen in den Unternehmen umzusetzen werden uns in der Reihenfolge der Häufigkeit der Nennungen wie folgt genannt:

Deutlich im Vordergrund steht das Motiv mit den familienfreundlichen Maßnahmen zur besseren Motivation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen beizutragen sowie für ein gutes Betriebsklima zu sorgen.

An zweiter Stelle stehen Motive, die für das Unternehmen einen ökonomischen Nutzen haben, wie Erhöhung der Leistungsbereitschaft, Bindung der MitarbeiterInnen an das Unternehmen oder Qualitätssteigerung.

Viele Unternehmen nützen auch das Engagement im Bereich familienfreundlicher Maßnahmen für die Kommunikation zu den eigenen MitarbeiterInnen (Kommunikation nach innen); hier geht es einerseits darum, bestehende Maßnahmen (Ist-Zustandsanalyse) festzuschreiben und eine Stuserhebung zu machen sowie die Bewusstseinsbildung der MitarbeiterInnen für familienfreundliche Maßnahmen zu schärfen.

Auch die Kommunikation nach außen ist ein wichtiges Motiv familienfreundliche Maßnahmen zu setzen; dabei spielen Aspekte des Arbeitsmarktes sowie allgemeine Marketingüberlegungen, wie Imagepflege eine bedeutende Rolle.

Da in manchen Unternehmen der Frauenanteil sehr hoch ist, ist dieses Argument Motiv und Notwendigkeit zugleich mit familienfreundlichen Maßnahmen eine Basis für entsprechende Rahmenbedingungen für Frauen zu schaffen.

Schließlich ist es den Unternehmen, ja oft sogar den EigentümerInnen selbst ein wichtiges Anliegen Familie und Beruf zu verbinden. Aus eigener persönlicher Überzeugung schaffen sie für sich und ihre MitarbeiterInnen ein Arbeitsklima in dem sich beides verbinden lässt.

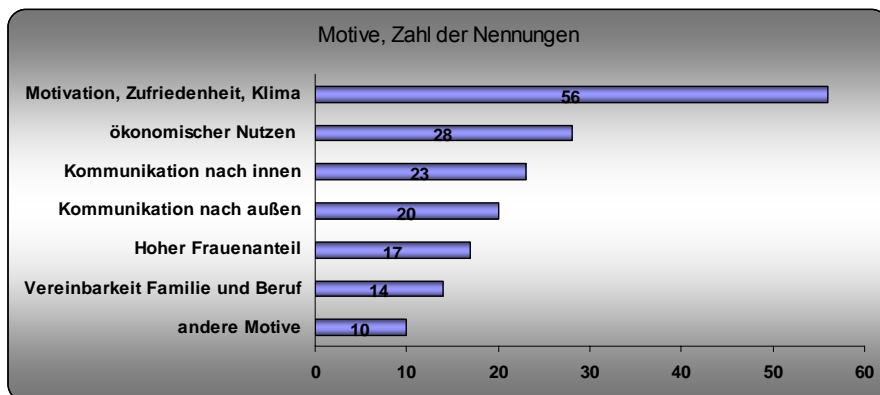


Abb.3: Motive für familienfreundliche Maßnahmen

Unterschiede nach Betriebsgrößen zeigen sich bei dieser Frage besonders bei den Motiven „Kommunikation nach innen und nach außen“. Hier sind es die Großbetriebe, die dieses Argument als vorrangig beurteilen. Die befragten Großbetriebe nutzen familienfreundliche Maßnahmen überproportional zur Kommunikation zu den MitarbeiterInnen und in Richtung Öffentlichkeit. Dagegen wird das Motiv „Motivation, Zufriedenheit, Betriebsklima“ weniger oft genannt. Dies mag auch daran liegen, dass Großbetrieben zahlreiche andere Maßnahmen zur Motivation der MitarbeiterInnen haben, die Klein- und Mittelbetriebe nicht bieten können, wie beispielsweise „Aufstiegsmöglichkeiten“, „internationale Ausbildung“ u.v.a.

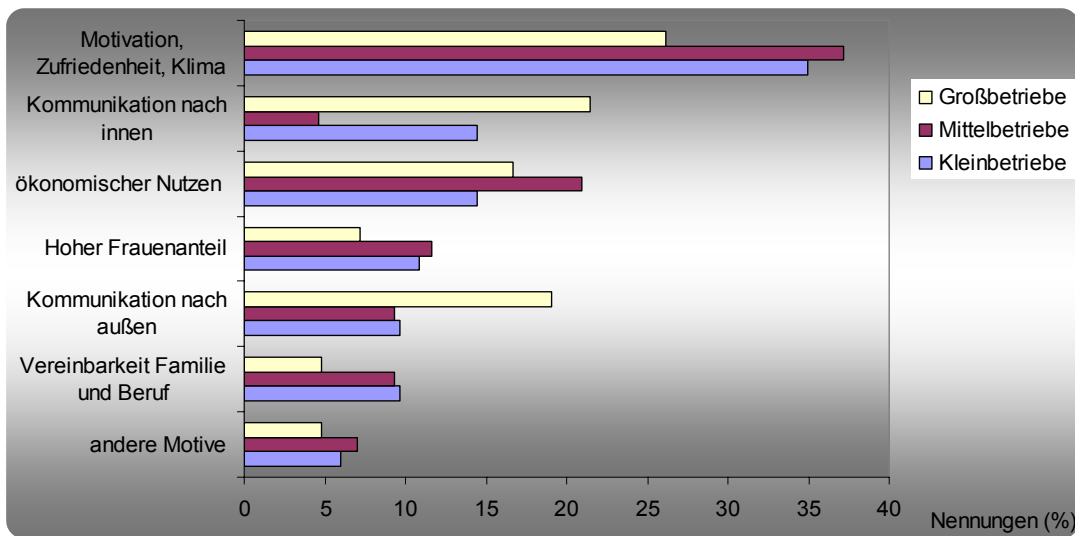


Abb.4: Motive für familienfreundliche Maßnahmen, nach Betriebsgrößen

Bei den Motiven für familienfreundliche Maßnahmen, zeigt sich auch, dass es für Unternehmen im ländlichen Raum bedeutend wichtiger ist, durch diese Maßnahmen zur besseren Motivation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen beizutragen, als für Unternehmen in Großstädten.

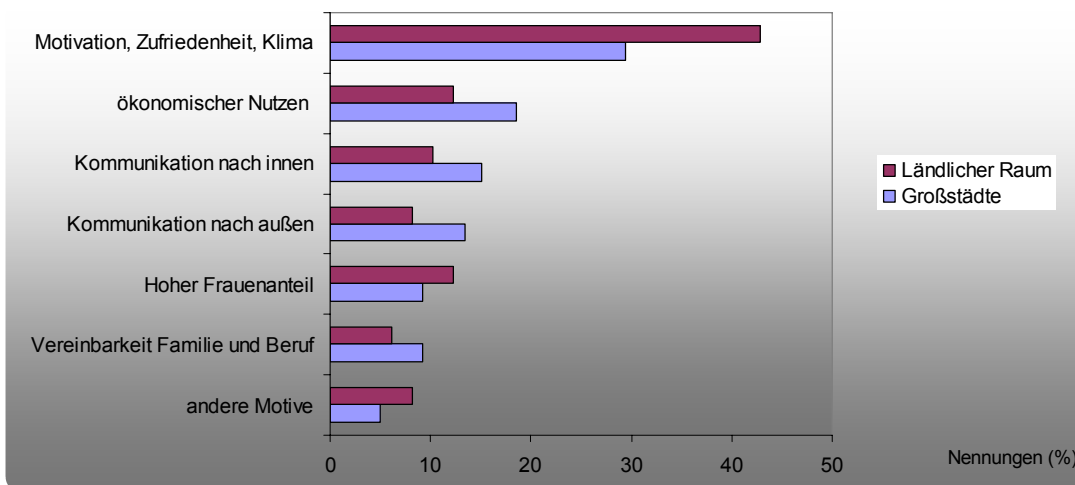


Abb.5: Motive für familienfreundliche Maßnahmen, nach Region

4.5. InitiatorInnen für familienfreundliche Maßnahmen

Als InitiatorInnen familienfreundlicher Maßnahmen werden von 70 Unternehmen (67%) Mitglieder der Geschäftsführung, des Vorstandes oder EigentümerInnen der Unternehmen genannt.

4.6. Externe Beratung

Eine externe Beratung zur Einführung familienfreundlicher Maßnahmen (zumeist im Zusammenhang mit dem Audit) haben 55 Unternehmen (52%) in Anspruch genommen. 49 waren mit der externen Beratung zufrieden.

4.7. Umgesetzte Maßnahmen

Die wichtigsten umgesetzten familienfreundlichen Maßnahmen geben die Unternehmen in der Reihenfolge der Häufigkeit der Nennungen wie folgt an:

- Flexible Arbeitszeitmodelle (Gleitzeit, Teilzeit, Zeitkonten)
- Eingliederungsmaßnahmen während/nach Karenz
- Kinderbetreuung
- Klare Ziele und Aufgaben für die MitarbeiterInnen
- Gesundheitsfördernde Maßnahmen
- Karriere-Schulungsplan auch für Frauen in Teilzeit /Karriere und Kind
- Telearbeit
- Urlaubsplanung und Zeitausgleich mit Rücksicht auf Familien mit Kindern

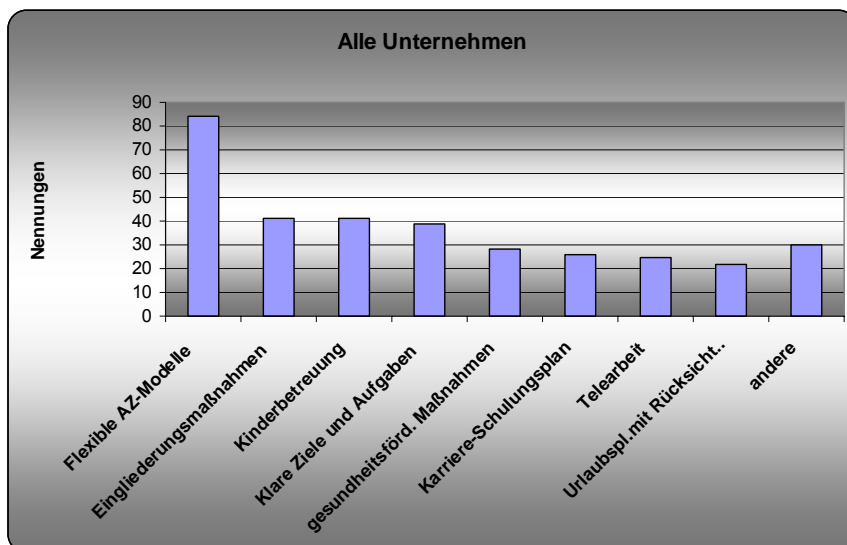


Abb.6: Umgesetzte familienfreundliche Maßnahmen

Unterschiede nach Firmengröße zeigen sich bei den wichtigsten umgesetzten Maßnahmen vor allem bei Arbeitszeitmodellen, die für Klein- und Mittelbetriebe einen höheren Stellenwert haben, als in Großbetrieben. Bei Eingliederungsmaßnahmen während und nach der Karenz sind es dagegen die Großbetriebe, die sich hier besonders engagieren.

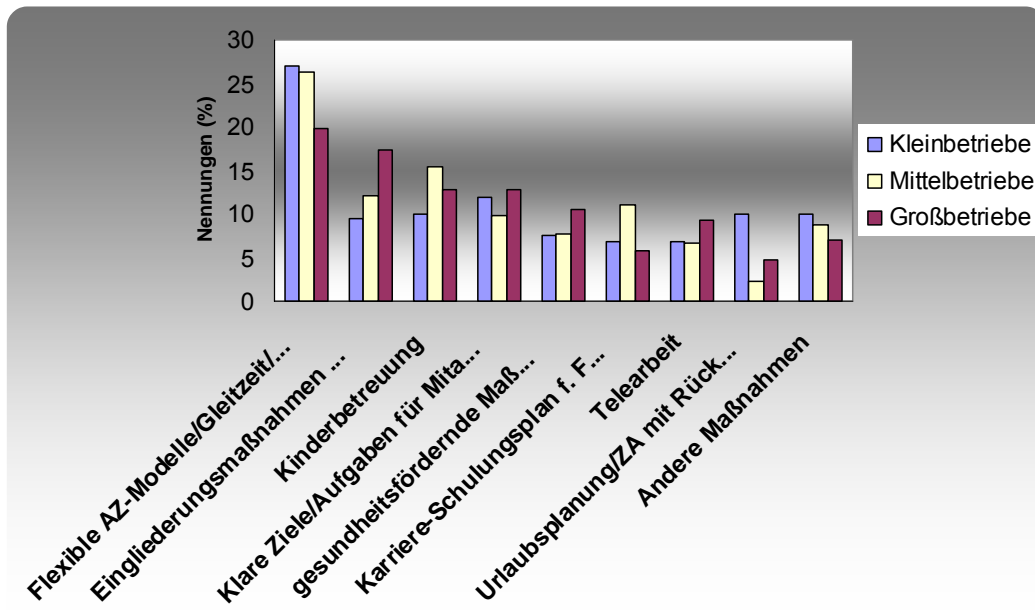


Abb.7: Umgesetzte familienfreundliche Maßnahmen, nach Betriebsgröße

Im Vergleich Stadt – Land fällt auf, dass es im ländlichen Raum kaum Betriebe gibt, für die Telearbeit eine wichtige familienpolitische Maßnahme ist.

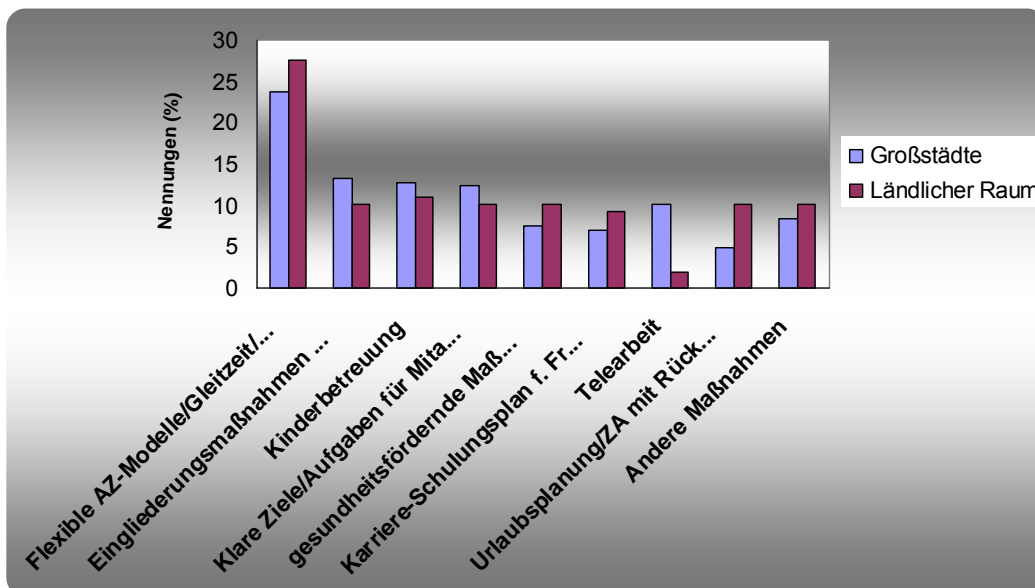


Abb.8: Umgesetzte familienfreundliche Maßnahmen, nah Region

4.8. Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

Kernstück der Studie in Projektstufe 1 war es, Instrumente zur Messung von Ergebnissen und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen zu hinterfragen und auch das Vorhandensein von betriebswirtschaftlichen Kennzahlen in den Unternehmen aufzunehmen. Dabei ging es in dieser ersten Stufe noch nicht darum, ob diese Kennzahlen auch tatsächlich in Zusammenhang mit familienfreundlichen Maßnahmen gebracht würden.

Es zeigt sich, dass in den Unternehmen besonders Kennzahlen über Fehlzeiten, Ergebnisse von MitarbeiterInnen-Befragungen, Kennzahlen über Fluktuation, Rückkehrquote und Rückkehrdauer nach Karenz sowie Ertragszahlen vorliegen.

Auch im Bereich Arbeitsmarkt – Image am Arbeitsmarkt, Bewerbungen, Aufwand zur Wiederbesetzung bestätigen die Hälfte der Unternehmen entsprechende Kennzahlen vorliegen zu haben.

Dagegen gibt es beim Thema Leistungsmessungen viele Betriebe, die keine Angaben machen wollen oder können. Ebenso bei den Themen Unternehmensimage, Marktanteile oder Wettbewerbskennzahlen.

| GESAMT (Angaben in %) | Ja | Nein | k. A. |
|--|-----------|-------------|--------------|
| Befragungen zur Motivation ... | 70 | 16 | 14 |
| Leistungsmessungen | 37 | 17 | 46 |
| Fehlzeiten | 81 | 4 | 15 |
| Veränderung der Fluktuation | 57 | 11 | 32 |
| Rückkehrdauer nach Karenz | 57 | 13 | 30 |
| Rückkehrquote nach Karenz | 64 | 12 | 24 |
| Image des Unternehmens am Arbeitsmarkt | 53 | 14 | 33 |
| Zahl der Bewerbungen | 52 | 12 | 36 |
| Aufwand zur Wiederbesetzung | 42 | 18 | 40 |
| Messungen zum Unternehmensimage | 36 | 17 | 47 |
| Marktanteilmessungen | 34 | 16 | 50 |
| Wettbewerbskennzahlen | 39 | 14 | 47 |
| Erfolgs-/Ertragsrechnungen | 64 | 5 | 31 |

Tabelle 1: Kennzahlen für betriebswirtschaftliche Effekte

Legende:

Ja, es gibt in diesem Bereich Kennzahlen über Auswirkungen betriebswirtschaftlicher Effekte familienfreundlicher Maßnahmen

Nein, es gibt in diesem Bereich keine Kennzahlen über Auswirkungen familienfreundlicher Maßnahmen

k.A. es werden keine Angaben über Kennzahlen in diesem Bereich gemacht

Nach Firmengrößen zeigt sich in vielen Bereichen ein ähnliches Ergebnis. Messungen zum Firmenimage, Marktanteil oder Wettbewerbskennzahlen liegen in Kleinbetrieben seltener vor. Dafür sind Großbetriebe restriktiv in ihren Angaben über Marktanteile, Wettbewerbs- und Ertragszahlen.

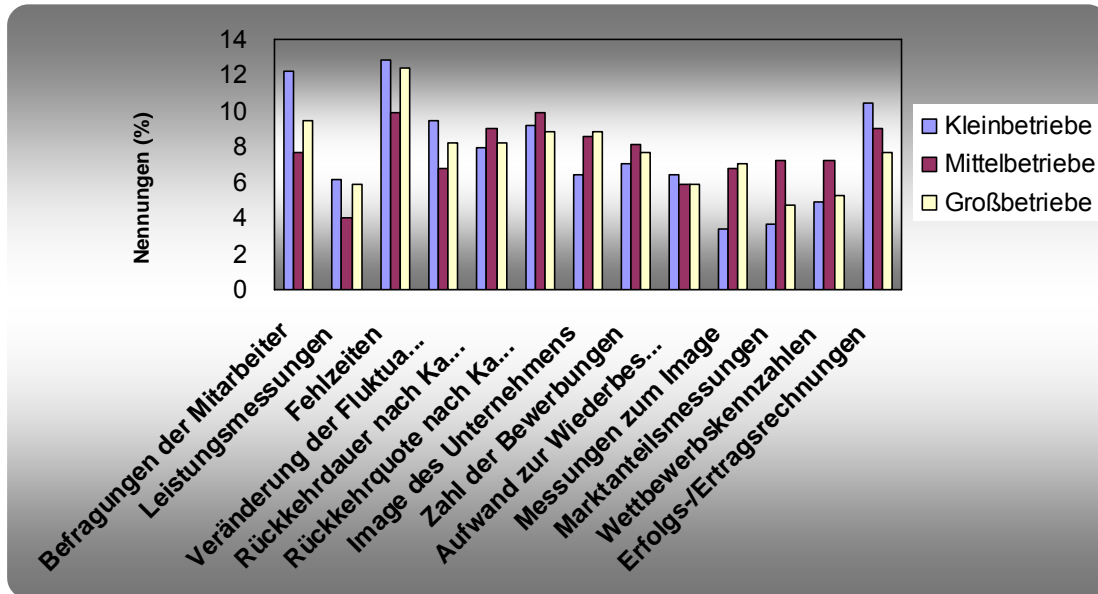


Abb.9: Kennzahlen über betriebswirtschaftliche Effekte familienfreundlicher Maßnahmen, nach Betriebsgröße

Auch die Unterschiede zwischen Unternehmen in Städten und Unternehmen im ländlichen Raum sind bezüglich der zur Verfügung stehenden Kennzahlen nicht sehr entscheidend. Die Bedeutung der Kennzahlen des Arbeitsmarktes für Unternehmen im ländlichen Raum zeigt sich bereits hier und wird in der weiterführenden Studie bestätigt.

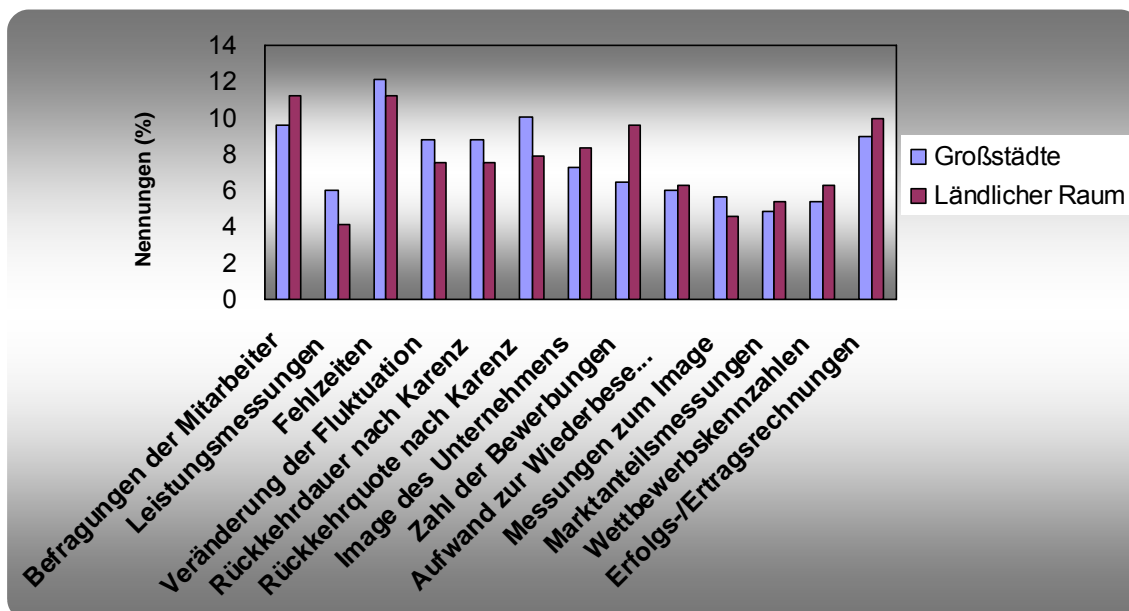


Abb.10: Kennzahlen über betriebswirtschaftliche Effekte familienfreundlicher Maßnahmen, nach Region

5. Projektstufe 2

In der zweiten Projektstufe beteiligten sich in der Zeit von Oktober 2007 bis Februar 2008 30 Unternehmen (siehe Anhang 3) an Arbeitsgesprächen, in denen alle möglichen betriebswirtschaftlichen Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen angesprochen und diskutiert wurden (siehe Anhang 4). Gesprächspartner waren GeschäftsführerInnen, EigentümerInnen, MitarbeiterInnen aus dem Controlling oder MitarbeiterInnen des Human Resources Management oder MitarbeiterInnen aus dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Kennzahlen wurden von den entsprechenden Abteilungen angefordert und direkt im Arbeitsgespräch übergeben oder auch nachträglich per e-mail übermittelt.

5.1. Struktur der beteiligten Firmen

16 Unternehmen sind Kleinbetriebe mit unter 50 MitarbeiterInnen, 10 Unternehmen sind Mittelbetriebe mit 50 bis 249 MitarbeiterInnen und 4 Unternehmen sind Großbetriebe mit über 250 MitarbeiterInnen.

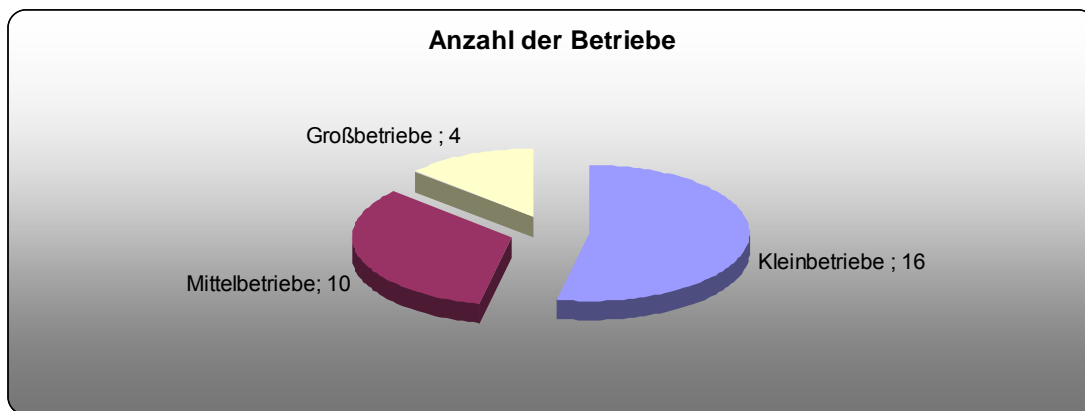


Abb.11: Anzahl der Betriebe nach Größe, Projektstufe 2

In den beteiligten Unternehmen sind insgesamt 10.690 MitarbeiterInnen beschäftigt, davon sind 1.227 (11 %) Teilzeitbeschäftigte. Wobei der Anteil der Teilzeitbeschäftigten nach Betriebsgröße sehr unterschiedlich ist. So arbeiten in den beteiligten Großbetrieben nur 10% der MitarbeiterInnen in Teilzeit, in den Mittelbetrieben 25% und in den Kleinbetrieben sogar 30%. Im Durchschnitt arbeiten in Österreich 22 % der Beschäftigten in Teilzeit. (Statistik Austria, 3. Quartal 2007)

3.278 Frauen sind in den beteiligten Unternehmen beschäftigt. Der durchschnittliche Frauenanteil in allen Betrieben liegt bei 31%. Nach Betriebsgrößen sind es in den beteiligten Großbetrieben 27%, in den Mittelbetrieben 60% und in den Kleinbetrieben sogar 67%. Im Durchschnitt sind in Österreich 45% der Beschäftigten Frauen. (Statistik Austria, 3. Quartal 2007)

213 Frauen sind zum Zeitpunkt der Studie in den Betrieben in Karenz. Der durchschnittliche Anteil an karenzierten Frauen in Bezug zu den insgesamt beschäftigten Frauen liegt in den beteiligten Großbetrieben bei 6%, in den Mittelbetrieben bei 7% und in den Kleinbetrieben bei 8%. In allen Betrieben sind nur 3 Männer in Karenz.

Zwei Drittel der Unternehmen sind in Großstädten angesiedelt; ein Drittel der Unternehmen kommen aus dem ländlichen Raum. Aus den Bundesländern Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Kärnten, Steiermark und Burgenland sind Unternehmen vertreten.

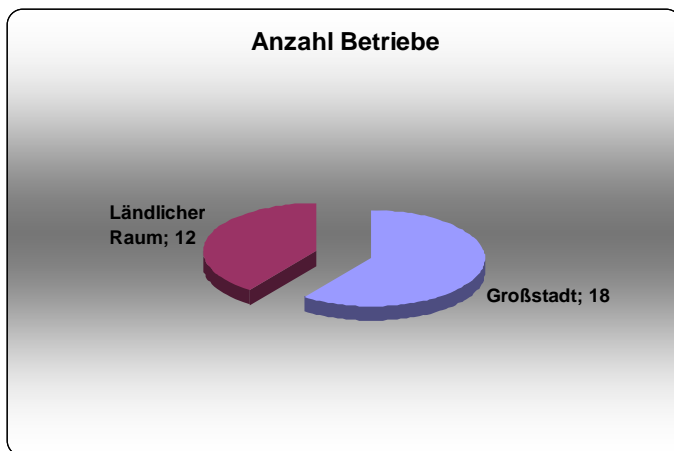


Abb.12: Anzahl der Betriebe nach Region, Projektstufe 2

5.2. Familienfreundlichkeit hat Tradition

Auch in der zweiten Projektstufe zeigt sich, dass in den meisten Unternehmen Familienfreundlichkeit schon seit vielen Jahren gelebt wird. So geben 83% der Unternehmen an, schon seit 7 Jahren oder länger familienfreundliche Maßnahmen in ihren Unternehmen umzusetzen. Ein Vorher- Nachher- Vergleich von Kennzahlen ist daher nicht möglich.

Im Einzelnen antworten die Firmen auf die Frage, wann zum ersten Mal familienfreundliche Maßnahmen in den Unternehmen umgesetzt wurden, wie folgt:

- 10 % vor ca. 3 Jahren oder kürzer
- 7 % vor 4 bis 6 Jahren
- 83 % vor 7 Jahren oder länger

Dieser Zeitpunkt liegt fast immer vor der Beteiligung an dem Audit oder an Wettbewerben zu dem Thema. Oft wird auch den „Initiatorinnen“ gesprochen, die zum Zeitpunkt der Befragung gar nicht mehr im Unternehmen tätig sind.

5.3. Audit „Familie und Beruf“ und Wettbewerb „Taten statt Worte“

An der zweiten Projektstufe beteiligen sich 17 Unternehmen, die sich bereits einmal dem Audit „Familie und Beruf“ unterzogen haben. 11 davon waren auch bereits Reauditert. 10 Betriebe haben am Wettbewerb „Taten statt Worte“ teilgenommen und 3 Betriebe haben sich durch andere Bewerbe oder Engagements ausgezeichnet.

- 6 Betriebe Audit „Familie und Beruf“ (Grundzertifikat)
- 11 Betriebe Audit „Familie und Beruf“ reauditert (Zertifikat)
- 10 Betriebe „Taten statt Worte“
- 3 Betriebe weder Audit noch Wettbewerb, dafür andere Bewerbe/Engagements

Unter den 30 beteiligten Firmen gab es auch 4 Firmen, die sich sowohl am Audit „Familie und Beruf“ als auch am Wettbewerb „Taten statt Worte“ beteiligt haben.

13 Betriebe haben nicht am Audit „Familie und Beruf“ teilgenommen

Als Begründungen dafür werden genannt:

- Grundsätzliche Ablehnung, kein Interesse
- Besser Maßnahmen setzen, als Dokumentation
- Kein Mehrwert für das Unternehmen
- Zu großer Zeitaufwand
- Keine Priorität, keine Ressourcen, Zeitmangel
- Noch kein Thema

Gründe an der Nicht-Teilnahme am „Wettbewerb Taten statt Worte“ liegen zumeist daran, dass den Unternehmen der Bewerb nicht bekannt ist, oder sie sich noch nicht damit beschäftigt haben.

11 Unternehmen haben (auch) an anderen Wettbewerben teilgenommen, wie:

- Corporate Responsibility
- Job Oscar
- Great place to work
- Best working place
- Woman Award
- OÖ Landesfamilienpreis
- Alternative Arbeitgeber
- Europäischer Unternehmertag
- Fritz Freischlag Preis WKO, AK

5.4. Motive für familienfreundliche Maßnahmen

Eine genaue Analyse der wichtigsten Motive für familienfreundliche Maßnahmen ist in Projektstufe 1 erfolgt. Daher trifft dies auch für die in Projektstufe 2 beteiligten Firmen zu. Die wichtigsten Motive für familienfreundliche Maßnahmen sind:

- Motivation der Mitarbeiter
- Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen
- Mitarbeiter sind Kapital des Unternehmens
- Hoher Frauenanteil
- Hohe Qualität durch zufriedene Mitarbeiter
- Familienfreundlichkeit als Grundwert des Unternehmens
- Soziale Verantwortung = Wettbewerbsvorsprung
- Selbsterfahrung, Selbstverwirklichung
- Work-Life-Balance schaffen
- Sozialpolitischer Aspekt, Signalwirkung

5.5. Umgesetzte Maßnahmen

Auch bei den umgesetzten Maßnahmen ist eine genaue Analyse bereits in Projektstufe 1 erfolgt. Die wichtigsten familienfreundlichen Maßnahmen für die beteiligten Unternehmen sind:

- Flexible Arbeitszeitmodelle (Gleitzeit, Teilzeit, JAZ- Modelle, Zeitkonten, Wechsel ermöglichen)
- Eingliederungsmaßnahmen während/nach Karenz
- Kinderbetreuung (Kindergarten, Kinderecke)
- Klare Ziele und Aufgaben für die Mitarbeiter
- Gesundheitsfördernde Maßnahmen
- Karriere-Schulungsplan Weiterbildung auch für Frauen in Teilzeit, Karriere und Kind
- Telearbeit
- Urlaubsplanung und Zeitausgleich mit Rücksicht auf Familien mit Kindern
- Veranstaltungen mit Familie, Reisen u.v.a.

5.6. Betriebswirtschaftliche Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen

In der Studie haben wir den Teil „betriebswirtschaftliche Aspekte“ in 6 Themenbereiche gegliedert:

Themenbereich: MOTIVATION, ZUFRIEDENHEIT, IDENTIFIKATION

Hier ging es in erster Linie darum zu hinterfragen, mit welchen Instrumenten die Motivation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen, die Identifikation mit dem Unternehmen und die Bewältigung von Aufgaben durch die MitarbeiterInnen gemessen wird. Der Einsatz von allgemeinen, meist schriftlichen und anonymen Befragungen von MitarbeiterInnen war ebenso Thema, wie der Einsatz von individuellen MitarbeiterInnen Gesprächen mit dem jeweiligen Vorgesetzten. Auch die Frequenz der jeweiligen Tools wurde besprochen. Ziel war es zu hinterfragen, wie hoch „Motivation, Zufriedenheit und Identifikation“ in familienfreundlichen Unternehmen ist.

Themenbereich: ERGEBNISSE, LEISTUNG

Bei diesem Thema ging es um die Frage, wie und in welchen Bereichen Unternehmen die Ergebnisse und Leistungen ihrer MitarbeiterInnen messen. Die Frage der Produktivität pro MitarbeiterIn wurde ebenso angesprochen, wie die allgemeine Zufriedenheit des Unternehmens mit der Leistung seiner MitarbeiterInnen.

Themenbereich: FEHLZEITEN, KRANKENTAGE

Für diesen Bereich wurden die Fragen der Aufzeichnung von Arbeits- und Fehlzeiten in den Unternehmen angesprochen. Die Erfassung von Krankentagen und sonstigen Fehlzeiten als Kennzahl für betriebswirtschaftliche Effekte familienfreundlicher Maßnahmen wurde diskutiert. Die Beurteilung der entsprechenden Kennzahlen durch das Unternehmen war Ziel dieses Themenbereichs.

Themenbereich: FLUKTUATION

Hier ging es darum, die Fluktuation - als die durch Dienstnehmer motivierten Kündigungen (exklusive Pensionsübertritt, Vorruhestand, Befristungen) – zu bewerten. Sowie die Fluktuationsquote als Quotient zwischen Kündigungen und Personalstand zu ermitteln. Ebenso wurde in diesem Themenbereich die Frage der Rückkehr nach Karenz, die Dauer der Karenz der MitarbeiterInnen diskutiert. Die Rückkehrquote als Quotient zwischen Zahl der MitarbeiterInnen, die nach der Karenz in das Unternehmen zurückkehren und Zahl der MitarbeiterInnen, die insgesamt in Karenz waren wurde ermittelt.

Themenbereich: KOSTEN DER PERSONALSUCHE

Über Fragen der Bedeutung von familienfreundlichen Maßnahmen auf das Unternehmens-Image am Arbeitsmarkt, über Möglichkeiten der Messung von Benchmarks in diesem Bereich und Beurteilungen durch das Unternehmen ging es in diesem Themenkomplex. Die Zahl der Blindbewerbungen und die Beurteilung dieser Benchmark durch das Unternehmen wurden ermittelt. Weiter wurde hinterfragt, in welcher Form Unternehmen freie Positionen ausschreiben und mit welchen Instrumenten neue MitarbeiterInnen gesucht werden. Ziel war es hier, die Ausgaben des Unternehmens für die Personalsuche zu ermitteln und die Kosten dafür zu errechnen. Die Frage, ob die Familienfreundlichkeit der Unternehmen zu niedrigeren Kosten in der Personalsuche führt, sollte geklärt werden.

Themenbereich: IMAGE/MARKTANTEIL/ERTRAGSLAGE DES UNTERNEHMENS

Letzter Themenbereich deckte die Fragen von Unternehmensimage, Marktanteilen und Ertragslage sowie die Beurteilung der zukünftigen Entwicklung des Unternehmens ab. Ob Unternehmen mit familienfreundlichen Maßnahmen erfolgreiche Unternehmen sind und wie sie ihr Ergebnis jetzt und in Zukunft einschätzen. Bei dieser Frage zeigte sich besonders die Schwierigkeit, der Isolierbarkeit der Effekte familienfreundlicher Maßnahmen gegenüber anderen Einflussfaktoren. Dennoch war das Ergebnis eindeutig.

Insgesamt sollte die Studie Basis für weiterführende, quantitative Befragungen sein und Benchmarks für familienfreundliche Betriebe daraus abgeleitet werden. Das Interesse dafür ist bei den Unternehmen mehrheitlich vorhanden und wird auch von einigen wenigen Unternehmen bereits eingeständig angewendet. Auf jeden Fall können die erzielten Ergebnisse gute Argumente für eine stärkere Verbreitung von familienfreundlichen Maßnahmen in Unternehmen sein.

5.6.1. Betriebswirtschaftliche Aspekte Themenbereich 1 Motivation, Zufriedenheit, Identifikation

Zur Beurteilung von Motivation, Zufriedenheit, Identifikation der MitarbeiterInnen werden in den Unternehmen zumeist zwei verschiedene Tools eingesetzt: die allgemeine Befragung aller MitarbeiterInnen und die individuellen MitarbeiterInnen Gespräche.

5.6.1.1. Allgemeine Befragungen der MitarbeiterInnen

In 63 % der befragten Unternehmen gibt es allgemeine / anonyme / schriftliche Befragungen zur Motivation der MitarbeiterInnen und fast alle führen diese Befragungen alle 1 bis 5 Jahre durch.

Die meisten Unternehmen entwickeln dafür selbst entsprechende Fragebögen – teilweise in Zusammenarbeit mit Unternehmensberatern. In einigen Fällen vor allem bei größeren Unternehmen kommen auch internationale, standardisierte Instrumente, für die bereits zahlreiche Ergebnisdaten zur Verfügung stehen, zur Anwendung wie:

- Gallup-Engagement Index
- Hewitt-Studie

5.6.1.1.1. GALLUP Engagement Index

Seit dem Jahre 2001 misst die forschungsbasierte Unternehmensberatung Gallup GmbH mit dem Engagement-Index regelmäßig die Stärke der emotionalen Bindung von ArbeitnehmerInnen in Deutschland. Die Ausprägung wird dabei anhand von Gallups zwölf Aussagen zum Arbeitsplatz bzw. -umfeld, den so genannten Q12® (siehe Anhang 7), gemessen.

Basierend auf dem Ausmaß der Zustimmung zu den Aussagen werden die für die repräsentative Befragung zufällig ausgewählten ArbeitnehmerInnen ab 18 Jahre den Kategorien "ohne emotionale Bindung", "geringe emotionale Bindung" und "hohe emotionale Bindung" zugeordnet. Der Anteil der ArbeitnehmerInnen in Deutschland, die eine hohe emotionale Bindung an ihre berufliche Aufgabe und zum Arbeitsumfeld bzw. gegenüber ihrem Arbeitgeber aufweisen, fällt mit 13 % deutlich geringer aus als im restlichen deutschsprachigen Raum.

In der Schweiz weisen (im Jahr 2005) 22 % der Beschäftigten eine derartige Bindung auf, in Österreich sind es 19 %. Spitzenreiter unter den von Gallup untersuchten Ländern sind die Vereinigten Staaten von Amerika mit 29 % (Dezember 2004). Der gesamtwirtschaftliche Schaden (u.a. aufgrund hoher Fehlzeiten und niedriger Produktivität), der sich durch das derzeitige Bindungsniveau ergibt, ist erheblich. Er beläuft sich auf eine Summe zwischen 250,6 und 254,2 Milliarden Euro pro Jahr.

5.6.1.1.2. HEWITT Studie

Die Hewitt-Studie fragt ab, wie die Mitarbeiter über ihren Arbeitgeber sprechen, ob sie Teil des Unternehmens bleiben und ob sie bereit sind, sich überdurchschnittlich für ihr Unternehmen einzusetzen und errechnet daraus einen Wert für das Mitarbeiter-Engagement. Nur Angaben über die Zufriedenheit der Mitarbeiter reichen laut Haslinger für eine Beurteilung des Engagements eines Mitarbeiters nicht aus. "Dass die

Mitarbeiter zufrieden sind, heißt noch lange nicht, dass sie sich auch für das Unternehmen engagieren", erklärt Haslinger.

Dabei braucht sich Österreich im europäischen Vergleich nicht verstecken. Mit dem Durchschnittswert von 49 Prozent liegt die Alpenrepublik beim Mitarbeiter-Engagement sogar leicht über dem Europawert von 46 Prozent. "In Österreich ist der Wert von Jahr zu Jahr gestiegen", erklärt Haslinger. Würden aber alle Unternehmen mitmachen, fiel der Durchschnittswert wahrscheinlich geringer aus, so Haslinger. Die Unternehmen, die sich an der Studie beteiligten, seien zum Großteil überzeugt, attraktive Arbeitgeber zu sein.

5.6.1.1.3. Beurteilung der Methoden für die Studie

Auch wenn familienfreundliche Maßnahmen nicht unbedingt im Vordergrund der beiden Methoden stehen, liefern sie doch eine wichtige Ergebnisse über Motivation, Zufriedenheit und Identifikation der MitarbeiterInnen. Diese Faktoren wurden in allen bisherigen Untersuchungen ausgeklammert, sind aber ein zentraler Schlüssel für betriebswirtschaftlichen Erfolg. Beide Methoden geben, so die Unternehmen, eine gute Möglichkeit zur Lösung dieser Frage. Die Beurteilung des eigenen Unternehmens kann im Vergleich mit Befragungen aus der Vergangenheit oder anhand von zahlreichen Ergebnissen anderer Firmen, die auch international zur Verfügung stehen, vorgenommen werden. Damit können die Unternehmen sehr gut diesen Themenbereich bewerten und Felder mit Handlungsbedarf identifizieren, um daraus Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung abzuleiten. Mit Hilfe dieser Methoden könnte auch in einer weiterführenden Untersuchung Ergebnisse von familienfreundlichen Betrieben und anderen Betrieben verglichen werden.

5.6.1.2. Individuelle Beurteilungsgespräche mit den MitarbeiterInnen

Diese Gespräche werden von fast allen Firmen zur Beurteilung der MitarbeiterInnen im Hinblick auf Leistungen, Zielerreichung zukünftige Vorstellung u.v.a. geführt. Auch die Motivation, Identifikation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen wird dabei angesprochen. Manche Firmen haben auch ausdrücklich Fragen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf in diesem Gespräch eingebaut. Einige Firmen verwenden schriftliche Unterlagen oder auch standardisierte Fragebögen. Die Gespräche werden in kleineren Firmen durch die EigentümerInnen oder die GeschäftsführerInnen, in größeren Betrieben durch die AbteilungsleiterInnen geführt.

MitarbeiterInnen Gespräche werden in 97 % der Unternehmen durchgeführt, wobei davon

50 % 1 x jährlich
 17 % mehrmals im Jahr
 17 % nur nach Bedarf
 3 % alle 2 Jahre
 stattfinden (13 % machen keine Angaben).

5.6.1.3. Ergebnisse der MitarbeiterInnen Gespräche

In familienfreundlichen Betrieben beurteilt das Unternehmen die Motivation ihrer MitarbeiterInnen als:

23 % sehr hoch
50 % hoch
 17 % mittel
 10 % keine Angaben

73 % der beteiligten Firmen beurteilen die Motivation (Identifikation, Zufriedenheit) ihrer MitarbeiterInnen als sehr hoch oder hoch. Fast alle Firmen sind davon überzeugt, dass mit den familienfreundlichen Maßnahmen ein wichtiger Beitrag für diese hohes Ergebnis geleistet wird. Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich das Ergebnis wie folgt dar:

| Betriebe | sehr hoch | hoch | mittel | k.A. |
|-------------------------------------|-----------|------|--------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 2 | 6 | 1 | 1 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 4 | 8 | 3 | 1 |
| | | | | |
| Großstadt | 3 | 8 | 4 | 3 |
| Ländlicher Raum | 4 | 7 | 1 | 0 |

Tabelle 2: Motivation, Identifikation, Zufriedenheit nach Betriebsgrößen und Region

Viele Unternehmen bewerten auch die Motivation Ihrer MitarbeiterInnen anhand konkreter Ergebnisse und machen ergänzenden Aussagen:

- Unsere MitarbeiterInnen geben unserem Unternehmen gute Bewertungen in den Befragungen (Hewitt, Gallup)
- Unsere MitarbeiterInnen werden durch Lieferanten, Gäste, Kunden gut beurteilt
- Gute Bewertungen in anderen Wettbewerben (great place to work)
- Hohe Bestandsdauer der Mitarbeiter
- Unsere MitarbeiterInnen bringen selbständig Aufträge
- Unsere MitarbeiterInnen werden von Mystery Shopper gut beurteilen
- MitarbeiterInnen würden sich wieder bewerben
- In schlechten Zeiten tragen die MitarbeiterInnen die Sorgen der Firma mit

5.6.2. Betriebswirtschaftliche Aspekte

Themenbereich 2

Ergebnisse, Leistungen

In 93 % der befragten Unternehmen gibt es irgendeine Form der Leistungsmessung. Dies ist je nach Unternehmensgegenstand, Größe des Unternehmens und Zweckmäßigkeit sehr unterschiedlich. In manchen Unternehmen ist es ein zu erreichendes Ziel oder Tagespensum, eine Umsatzvorgabe, eine Qualitätsvorgabe, eine Projektvorgabe mit Zeiten oder bestimmten Arbeitsschritten. Die Bewertung erfolgt in unterschiedlichen Zeitabständen, schriftlich, anhand von Formularen oder im Rahmen eines strukturierten Performanceprozesses.

In 43 % der beteiligten Unternehmen (soweit angegeben) werden auch Prämiensysteme (variable Gehaltsbestandteile für Leistung) angewendet.

In familienfreundlichen Betrieben beurteilten Unternehmen die Leistungen ihrer MitarbeiterInnen als:

37 % sehr hoch

40 % hoch

7 % mittel

16 % keine Angaben

77% der beteiligten Unternehmen beurteilen die Leistungen und Ergebnisse ihrer MitarbeiterInnen als sehr hoch oder hoch. Viele Unternehmen geben explizit an, dass dieses gute Ergebnis auch deshalb erreicht werden kann, weil die MitarbeiterInnen Beruf und Familie verbinden können; sich voll auf ihre Arbeit konzentrieren können, da das Unternehmen auch auf ihre familiären Sorgen Rücksicht nimmt und sie unterstützt, wenn sie Hilfe brauchen.

Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich das Ergebnis wie folgt dar:

| Betriebe | sehr hoch | hoch | mittel | k.A. |
|-------------------------------------|-----------|------|--------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 3 | 0 | 0 | 1 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 3 | 7 | 0 | 0 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 5 | 5 | 2 | 4 |
| | | | | |
| Großstadt | 6 | 6 | 1 | 5 |
| Ländlicher Raum | 5 | 6 | 1 | 0 |

Tabelle 3: Ergebnisse, Leistungen nach Betriebsgrößen und Region

Viele Unternehmen bewerten auch die Leistungen Ihrer MitarbeiterInnen anhand bestimmter Unternehmensergebnisse und machen ergänzenden Aussagen:

- Produktivität/Umsatz/Auftragseingang/Ertrag gestiegen
- Ständiges Wachstum
- Zufriedenheit mit Leistung der Mitarbeiter
- Personalaufwand reduziert
- Keine Betriebsunfälle
- Gute Auslastung
- Hohe Kundenzufriedenheit
- Viele Innovationen
- Mitarbeiter bringen selbständig Aufträge
- Gute Kundenbewertungen (Kunden schätzen Ehrlichkeit, Einsatz, Service und korrekte Arbeitsweise)
- Unternehmen entwickelt sich gut
- Guter durchschnittlicher Wert pro Kassabon als Benchmarks im Vergleich der Branche gut
- sonst würde nichts funktionieren
- Mitarbeiter bringen selbständig Aufträge

5.6.3. Betriebswirtschaftliche Aspekte Themenbereich 3 Krankentage und Fehlzeiten

In praktisch allen Betrieben werden Krankentage und Fehlzeiten (über Arbeitszeiterfassung) erhoben. Dennoch ist die Zahl der Krankentage in den meisten Unternehmen nicht „auf Knopfdruck“ verfügbar (noch weniger die Fehlzeiten); diese Kennzahl stellt auch keine Benchmark für die Unternehmen dar. Die Ergebnisse konnten aber von zwei Drittel der beteiligten Unternehmen nachträglich ermittelt und nachgereicht werden. Die beteiligten Unternehmen haben durchschnittlich (letztes Wirtschaftsjahr oder Durchschnitt der letzten 3 Wirtschaftsjahre):

Krankentage (Arbeitstage pro Mitarbeiter pro Jahr)

- 54 % bis 5 Tage
- 20 % 6 bis 10 Tage
- 3 % darüber
- 23 % keine Angaben

Vergleicht man das Ergebnis mit der Zahl der durchschnittlichen Krankentage in allen österreichischen Betrieben von 11,5 Tagen für das Jahr 2006 (WIFO Studie Monatsbericht 1/2008), so erkennt man, dass mehr als die Hälfte der beteiligten Unternehmen deutlich unter dem österreichischen Durchschnitt liegen, ein weiteres Fünftel ebenfalls unter dem österreichischen Durchschnitt liegen.

Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich die Zahl der Krankentage wie folgt dar:

| Betriebe | bis 5 Tage | 6 - 10 Tage | darüber | k.A. |
|-------------------------------------|------------|-------------|---------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 0 | 3 | 1 | 0 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 3 | 1 | 0 | 6 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 13 | 2 | 0 | 1 |
| | | | | |
| Großstadt | 9 | 3 | 1 | 5 |
| Ländlicher Raum | 7 | 3 | 0 | 2 |

Tabelle 4: Krankentage nach Betriebsgrößen und Regionen

Noch wesentlicher erscheint aber die Frage der Beurteilung der Krankentage der MitarbeiterInnen durch das Unternehmen selbst. In familienfreundlichen Betrieben beurteilt das Unternehmen die Krankentage seiner MitarbeiterInnen als:

- 23 % sehr gering**
- 47 % gering**
- 7 % mittel
- 23 % keine Angaben

70% der Unternehmen beurteilen die Krankentage ihrer MitarbeiterInnen als sehr gering oder gering. Sie führen dieses Ergebnis stark auf die familienfreundlichen Maßnahmen in ihren Unternehmen zurück.

Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich die Beurteilung der Höhe der Krankentage durch die Unternehmen wie folgt dar:

| Betriebe | sehr gering | gering | mittel | k.A. |
|-------------------------------------|-------------|--------|--------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 1 | 2 | 0 | 1 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 1 | 4 | 1 | 4 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 5 | 8 | 1 | 2 |
| | | | | |
| Großstadt | 3 | 9 | 2 | 4 |
| Ländlicher Raum | 4 | 5 | 0 | 3 |

Tabelle 5: Beurteilung der Krankentage durch die Unternehmen nach Betriebsgröße und Region

In vielen Unternehmen werden auch zusätzliche gesundheitsfördernde Maßnahmen den MitarbeiterInnen angeboten, die ebenfalls zu einer Reduktion der Krankentage führen sollen; in diesem Zusammenhang werden folgende Aussagen gemacht:

- Gesundheitsvorsorge/Untersuchungen
- gesundheitsfördernde Maßnahmen (Fun at work)
- Impfungen
- Leistungssporttest, Massage, Firmenlauf, Duschen
- Fitness-Gutscheine, SPA Gutscheine
- Gratisobst
- Raucherentwöhnung
- Work-Life-Balance ermöglichen
- Kinderbetreuung anbieten
- Ungestörtes, stressfreies Arbeiten ermöglichen
- Keine Fehlzeiten durch flexible Arbeitszeit und kurz/lang Woche

5.6.4. Betriebswirtschaftliche Aspekte

Themenbereich 4

Fluktuation, Rückkehr nach Karenz

5.6.4.1. Fluktuation

Die Fluktuation wurde in dieser Studie als dienstnehmermotivierte Fluktuation (ohne Befristungen, Pensionsübertritten oder Vorruhestandsübertritten) definiert. Die Fluktuationsquote errechnet sich aus Zahl der Austritte/Personalbestand im Geschäftsjahr.

Die Fluktuationsquote in den beteiligten Unternehmen liegt bei:

30% gegen 0
13% unter 3 %
17 % über 3% bis unter 5 %
13 % über 6% bis unter 10 %
3 % über 10 bis unter 15 %
13 % über 15 % der MitarbeiterInnen
10 % keine Angaben

60% der beteiligten Unternehmen haben eine Fluktuationsquote, die unter 5 Prozent liegt. Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich die Fluktuationsquote der beteiligten Unternehmen wie folgt dar:

| Betriebe | gegen 0 | bis 3% | 3 - 5% | 6 - 10 % | 11 - 15 % | darüber | k.A. |
|-------------------------------------|---------|--------|--------|----------|-----------|---------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 7 | 1 | 1 | 3 | 0 | 3 | 1 |
| | | | | | | | |
| Großstadt | 5 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| Ländlicher Raum | 4 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 |

Tabelle 6: Fluktuationsquote nach Betriebsgrößen und Region

In familienfreundlichen Betrieben beurteilt das Unternehmen die Fluktuation ihrer MitarbeiterInnen als:

- 44 % sehr gering
- 33 % gering
- 10 % mittel
- 13 % hoch

77% der beteiligten Unternehmen beurteilen die Fluktuation in ihren Betrieben als sehr gering oder gering. Nach Betriebsgrößen und Regionen stellt sich die Beurteilung der Fluktuationsquote durch die beteiligten Unternehmen wie folgt dar:

| Betriebe | sehr gering | gering | mittel | hoch |
|-------------------------------------|-------------|--------|--------|------|
| Großbetriebe (ab 250 MA) | 2 | 2 | 0 | 0 |
| Mittelbetriebe (50 - 249 MA) | 1 | 5 | 3 | 1 |
| Kleinbetriebe (bis 49 MA) | 10 | 3 | 1 | 2 |
| | | | | |
| Großstadt | 9 | 5 | 1 | 3 |
| Ländlicher Raum | 4 | 5 | 3 | 0 |

Tabelle 7: Beurteilung der Fluktuationsquote nach Betriebsgrößen und Region

Den Unternehmen ist sehr wohl bewusst, dass durch eine niedrige Fluktuation das Know How in der Firma bleibt und die Kosten für Neubesetzungen gering gehalten werden können. In manchen Branchen ist die Fluktuation berufsbedingt höher (Pflegedienste, Beratungsleistungen – MA werden von Kunden abgeworben). Kleine Unternehmen haben auch die Problematik der fehlenden Aufstiegschancen im eigenen Unternehmen.

5.6.4.2. Rückkehr nach Karenz

Die Rückkehrquote berechnet nach Anzahl der MitarbeiterInnen, die nach der Karenz wieder in das Unternehmen kommen/Anzahl der MitarbeiterInnen in Karenz liegt im Durchschnitt aller beteiligten Unternehmen bei 91%. Dieses Ergebnis ist deutlich über dem österreichischen Durchschnittswert von 70% (ÖSTAT It. TrigOS – CSR rechnet sich, BMVIT Jasch, Jandl 2007)

Rückkehrquote nach Karenz nach Betriebsgröße

Großbetriebe: 92 %

Mittelbetriebe: 98 % (10 % keine Angaben)

Kleinbetriebe: 72 % (13 % keine Angaben)

Zwischen Stadt und Land gibt es keine Unterschiede; hier liegt die Rückkehrquote in den Betrieben im Durchschnitt aller beteiligten Unternehmen bei hohen 91%.

5.6.4.3. Dauer der Karenz

Die Dauer der Karenz ist in den einzelnen Betrieben sehr unterschiedlich. Grundsätzlich wird der Kontakt mit den MitarbeiterInnen noch während der Karenz gehalten. In einigen Betrieben kehren die MitarbeiterInnen schon wenige Monate nach der Geburt des Kindes in das Unternehmen in Teilzeit zurück oder nutzen das Angebot zur Telearbeit. Der Wunsch nach Teilzeit wird sehr stark von Frauen mit Kindern geäußert und so liegt die Teilzeitquote bei Frauen mit Kindern in den beteiligten Unternehmen zwischen 70% bis 100%.

5.6.5. Betriebswirtschaftliche Aspekte Themenbereich 5 Neubesetzung, Kosten der Personalsuche

5.6.5.1. Image des Unternehmens am Arbeitsmarkt

Das Image des Unternehmens am Arbeitsmarkt spielt für die Personalsuche eine wesentliche Rolle. So kann einerseits aus einer größeren Zahl von BewerberInnen ausgewählt werden, qualifiziertes Personal kann so leichter gefunden werden und andererseits reduzieren sich die Kosten der Personalsuche durch eine große Zahl von Blindbewerbungen. 67% der beteiligten Unternehmen schätzen ihr Image am Arbeitsmarkt als sehr hoch oder hoch ein. In manchen Unternehmen spielt dafür auch die Familienfreundlichkeit für das gute Image eine wichtige Rolle.

Beurteilung des Images am Arbeitsmarkt durch das Unternehmen:

10 % sehr hoch

57 % hoch

3 % mittel

7 % unbekannt

23 % keine Angaben

In einigen Betrieben wird das Image am Arbeitsmarkt auch durch externe Studien gemessen oder anhand von feed back bewertet. Die Unternehmen machen dazu folgende Aussagen:

- Ranking im “European Student Barometer”
- Wettbewerb “great place to work”
- Image bei Ärzten und Angehörigen
- Hewitt Studie
- wenn wir Inserate schalten, haben wir 70 Bewerbungen
- man kennt uns, Paradebetrieb durch PR
- Feed back der Kunden, auch als familienfreundliches Unternehmen bekannt
- Firma wird weiterempfohlen

5.6.5.2. Anzahl der Blindbewerbungen pro Jahr

Die Zahl der Blindbewerbungen ist ebenfalls ein Indikator, ob sich das Unternehmen positiv am Arbeitsmarkt darstellt und für potentielle BewerberInnen interessant erscheint. Die Zahl der Blindbewerbungen in den einzelnen Firmen ist sehr unterschiedlich, je nach Branche und Unternehmensgegenstand. Es fällt aber auf, dass ein Großteil der beteiligten Firmen sehr viele Blindbewerbungen erhält. So bekommt die Hälfte der Unternehmen pro Jahr mehr Bewerbungen, als sie MitarbeiterInnen beschäftigt. Nach Betriebsgröße stellt sich die Zahl der Blindbewerbungen pro Jahr wie folgt dar:

Großbetriebe: 100 – 13.000

Mittelbetriebe: 12 - 390

Kleinbetriebe: 3 - 260

Die beteiligten Unternehmen bewerten die Zahl Blindbewerbungen wie folgt:

10 % sehr hoch

40 % hoch

20 % mittel

10 % niedrig

20 % keine Angaben

5.6.5.3. Anzahl der neu zu besetzenden Positionen pro Jahr

Die Anzahl der neu zu besetzenden Positionen in den einzelnen Unternehmen ist ebenfalls sehr unterschiedlich. Den Unternehmen ist aber bewusst, dass sie durch niedrige Fluktuation und hohe Rückkehrquote nach Karenz weniger Stellen besetzen müssen. Vergleicht man die Zahl der neu zu besetzenden Positionen mit der Zahl der Blindbewerbungen, sieht man, dass die Zahl der Blindbewerbungen um ein Vielfaches höher ist, als die Zahl der neu zu besetzenden Positionen.

Anzahl der neu zu besetzenden Positionen pro Jahr nach Unternehmensgröße:

Großbetriebe: 10 - 470

Mittelbetriebe: 2 - 35

Kleinbetriebe: 1 – 6

Wie die beteiligten Unternehmen neue MitarbeiterInnen suchen hängt vor allem von der Qualifikation der gesuchten MitarbeiterInnen ab. Alle Unternehmen greifen aber auch auf den Pool der Blindbewerbungen zu oder nutzen das firmeneigene Netzwerk, eigene Home Page, Empfehlungen durch MitarbeiterInnen, Mundpropaganda oder machen interne Ausschreibungen. Diese in der Sphäre des Unternehmens liegende Instrumente zur Suche neuer MitarbeiterInnen

Weiter werden von den beteiligten Unternehmen folgende Tools für die Suche nach neuen MitarbeiterInnen genutzt, wobei diese kostenintensiven Tools deutlich seltener eingesetzt werden, als die Möglichkeiten im Unternehmen selbst:

Karriereportal
Job Pilot
Inserat
Head Hunter
Universität
Praktikum
AMS

5.6.5.4. Fluktuationsbedingte Kosten

Die Kosten für Neubesetzungen (Fluktuationsbedingte Kosten) geben die beteiligten Unternehmen je nach benötigter Qualifikation pro Position wie folgt an:

Großbetriebe: 100,- bis 30.000,- €

Mittelbetriebe: 5.000,- bis 35.000,- €

Kleinbetriebe: 200,- bis 5.000,- €

PROGNOS berechnet dafür Werte von 9.500,- bis 42.000,- je nach Gehaltsniveau, in der österreichischen Vergleichsgruppe wurden dafür Kosten in der Höhe von 6.000,- bis 30.000,- pro Mitarbeiter errechnet. (TRIGOS – CSR rechnet sich, BMVIT, Jasch, Jandl 2007)

Daher bestätigen auch die beteiligten Firmen, dass eine niedrige Fluktuation den Unternehmen große Ersparnisse in diesem Bereich bringt.

Die Gesamtkosten für Neubesetzungen pro Jahr geben die Firmen daher auch mit sehr unterschiedlichen Werten an:

50 % der Betriebe geben an, geringe oder fast keine Kosten für Neubesetzungen zu haben, bedingt durch niedrige Fluktuation, gutes Image am Arbeitsmarkt, hohe Rückkehrquote nach Karenz und große Zahl an Blindbewerbungen.

5.6.6. Themenbereich 6 Ergebnisse (Image, Marktanteile, Ertragslage)

Mehr als ein Drittel der beteiligten Unternehmen gibt an, ein hohes Unternehmensimage zu haben bzw. auch Marktführer in dem jeweiligen Bereich zu sein und belegt dies auch mit entsprechenden Marktforschungen und Rankings. Viele kleinere Betriebe können haben hier keine entsprechenden Daten verfügbar.

Die Ertragslage der beteiligten Unternehmen ist für 70% der Unternehmen sehr zufrieden stellend oder zufrieden stellend:

23 % sehr zufrieden stellend
47 % zufrieden stellend
7 % nicht zufrieden stellend (Umstrukturierung)
23 % keine Angaben

Auch die zukünftige Entwicklung des Unternehmens wird von 67% der beteiligten Firmen als sehr positiv oder positiv eingeschätzt:

3 % sehr positiv
64 % positiv
33 % keine Angaben

5.7. Mögliche Maßnahmen für familienfreundliche Betriebe

Abschließend wurde an die Unternehmen die Fragen gerichtet, durch welche Maßnahmen man die familienfreundlichen Unternehmen unterstützen könnte. Viele von Ihnen wünschen sich einen intensiveren Erfahrungsaustausch über eine Web-Plattform oder in Form von persönlichen Kontakten:

50% Internet Plattform mit best-practice Beispielen (bewährte Modelle und Kennzahlen)
63 % Erfahrungsaustausch, runder Tisch, auf hohem Niveau, halber Tag, vor Ort

Sonstiges:

Austausch von Benchmarks, Förderungen von familienfreundlichen Maßnahmen, Kinderbetreuung fördern, Steuererleichterungen für familienfreundliche Betriebe, Kinderbetreuungs-Scheck, weniger Regulative

6. Zusammenfassung

Erstmals werden in dieser Studie schwerpunktmäßig mittlere und kleinere Unternehmen im Bezug auf betriebswirtschaftliche Aspekte untersucht.

Es zeigt sich, dass die Familienfreundlichkeit in diesen Betrieben oft durch das persönliche Engagement und die Überzeugung der EigentümerInnen oder einer leitenden Persönlichkeit getragen wird.

Kennzahlen über betriebswirtschaftliche Effekte familienfreundlicher Maßnahmen stehen nur ganz selten zur Verfügung und sind erst am Beginn einer systemischen Erfassung und Analyse. Das Interesse für Kennzahlen ist gegeben.

Gerade für mittlere und kleinere Unternehmen ist die Familienfreundlichkeit nicht nur eine Frage der Überzeugung, sondern auch eine Frage der Existenz. Die entsprechenden MitarbeiterInnen in der entsprechenden Qualität lassen sich nur mit dem entsprechenden Angebot an familienfreundlichen Maßnahmen finden und an das Unternehmen binden. Die MitarbeiterInnen haben dann auch eine hohe Motivation und bringen eine entsprechend hohe Leistung.

Die Fluktuation ist in den familienfreundlichen Unternehmen sehr niedrig, fast alle MitarbeiterInnen kommen nach der Karenz wieder in die Unternehmen zurück und die Kosten für Neubesetzungen sind durch diese beiden Faktoren ebenfalls auf einem niedrigen Niveau. Auch die Zahl der Krankenstände ist deutlich unter dem Durchschnitt.

Die familienfreundlichen Unternehmen sind mit ihrer Ertragslage zufrieden und zuversichtlich im Bezug auf die zukünftige Entwicklung.

Zitate aus den Unternehmen:

„Ich kriege das Doppelt zurück, wenn Not am Mann ist; bei dringenden Aufträgen, sind sofort MitarbeiterInnen da und helfen aus.“

„Die meisten Maßnahmen kosten mich gar nichts – man muss nur die Ideen haben und sie umsetzen.“

„Es ist ein Zusammenspiel, man kann es schwer beschreiben – es ist einfach so.“

„Die Teilzeitplätze kosten mich zwar etwas, aber ohne diese Frauen könnte ich den Betrieb nicht Aufrecht erhalten.“

„Wir können nicht so viel zahlen, wie andere Betriebe, aber dafür bieten wir unseren MitarbeiterInnen Vieles.“

„Ich selbst möchte nur in einem Unternehmen arbeiten, in dem sich meine MitarbeiterInnen wohl fühlen und Beruf und Familie verbinden können“

Anhang 1: Beteiligte Firmen Projektstufe 1

| | | | |
|---|----------------------------|------|---------------------|
| Cae Simulation & Solutions GmbH | Pitkagasse 2/1/16 | 1210 | Wien |
| Orthopädisches Spital Speising G.m.b.H. | Speisinger Straße 109 | 1130 | Wien |
| Wiener Hilfswerk | Schottenfeldgasse 29 | 1072 | Wien |
| Key Solutions | Gerlgasse 2 | 1030 | Wien |
| Shell Austria Ges.m.b.H | Lobgrundstraße 3 | 1220 | Wien |
| Erste Bank | Werdetorgasse 5 | 1010 | Wien |
| Wirtschaftskammer Österreich | Wiedner Hauptstr.63 | 1040 | Wien |
| Österreichische Kontrollbank AG | Am Hof 4u.Strauchg.1-3 | 1010 | Wien |
| Pfeiffer GmbH Alte Weinhüttn | Hietzinger Hauptstraße 162 | 1130 | Wien |
| Hildegard-Burjan-Institut-Club alpha | Stubenbastei 12/14 | 1010 | Wien |
| Steuer&Service Steuerberatungs GmbH | Wipplingerstraße 24 | 1010 | Wien |
| R.Pikal GmbH | Wickenburggasse 2 | 1080 | Wien |
| Pensionsversicherungsanstalt | Friedrich-Hillegeist-Str.1 | 1021 | Wien |
| Net Value GmbH u.Co KG | Währingerstr.89 | 1180 | Wien |
| Ö kostrom AG | Mariahilfer Straße 89 | 1060 | Wien |
| Siemens Österreich | Siemensstraße 92 | 1211 | Wien |
| Lóreal Österreich GmbH | Am Europlatz 1 | 1100 | Wien |
| Ö Textilforschungsinstitut Wien | Spengergasse 20 | 1050 | Wien |
| Wyeth Withe Hall Export GmbH | Storcheng. 1 | 1150 | Wien |
| Raiffeisen-Holding | F.-W.-Raiffeisen-Platz | 1020 | Wien |
| BM Land& Forstwirtschaft | Stubenring 1 | 1010 | Wien |
| Gobatin Handels GmbH | Deutschstr.5b | 1230 | Wien |
| Bucher&Wandl-Steuerberatung | Haidfeldstr.1 | 2331 | Vösendorf |
| Lexer IRL GmbH | Babenbergerstraße | 1010 | Wien |
| Maresi Markenartikel Vertriebs GmbH | Meytenstraße | 1130 | Wien |
| Topsi Parfumerie GmbH | Floridsdorfer Hptstr. 46 | 1210 | Wien |
| AMS NÖ | Hohenstaufengasse 2 | 1010 | Wien |
| Flughafen Wien AG | Postfach 1 | 1300 | Wien |
| Argev AG Verpackung | Lindengasse 43/13 | 1071 | Wien |
| Manstein Verlags gmbh | Brunner Feldstraße 45 | 2380 | Wien-Perchtoldsdorf |
| KWB-Kraft und Wärme aus Biomasse | Industriestraße235 | 8321 | St.Margarethen/Raab |
| Steiermärkische Bank und Sparkassen AG | Sparkassenplatz 4 | 8010 | Graz |
| Lohr-Magirus GmbH | Hönigtalerstrasse 46 | 8301 | Kainbach b. Graz |
| Autohaus Reiterer | Golfstraße 5 | 8041 | Graz |
| Spar Österreich Euro Fil.25 | Trauentalerstr.80 | 8530 | Deutschlandsberg |
| Schuster Immobilienreuhand Bauconsulting GmbH | Schörgelgasse 10 | 8010 | Graz |
| Infora Consulting GmbH | Entenplatz 1a | 8020 | Graz |
| Degen Deakon GmbH | Autal 36A | 8301 | Lassnitzhöhe |
| Acp Computer Handels GmbH | Herrngottwiesgasse 203 | 8055 | Graz |
| Raiffeisenbank Mittelbregenzerwald | Loco 910 | 6863 | Egg |
| Reiner & Reiner Steuerberatungs GmbH | Schillerstraße 22 | 6890 | Lustenau |
| SeneCura Sozialzentrum Hohenems gGmbH | Anglikakauffmannstraße 6 | 6845 | Hohenems |
| Raiffeisenbank Bludenz reg.Gen.m.b.H. | Werdenbergerstraße 9 | 6700 | Bludenz |
| Arbeitsmarktservice Vorarlberg | Rheinstraße 33 | 6900 | Bregenz |
| Cocolori GmbH | Schendlingerstr.34 | 6900 | Bregenz |
| Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH | Achstraße 9 | 6850 | Dornbirn |
| Spar öster.Warenhandels-AG Dornbirn | Wallenmahd 46 | 6850 | Dornbirn |
| Wirkungsgrad Energieservice GmbH | Mariahilfstr.29 | 6900 | Bregenz |
| Sparkasse Bregenz Bank AG | Rathausstraße 29 | 6900 | Bregenz |
| aha-Tips&Infos für junge Leute | Poststraße1 | 6850 | Dornbirn |

Betriebswirtschaftliche Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen in österreichischen Unternehmen

| | | | |
|--|--------------------------|------|----------------------|
| Haus St. Vinzenz Betriebs G.m.b.H | Schützner Strasse15 | 7423 | Pinkafeld |
| Balance Ressort Stegersbach | Panoramaweg 1 | 7551 | Stegersbach |
| BeFRA Reinigung | Mitterwald 10 | 7350 | Stoob Süd |
| Mars Austria | Eisenstädterstr 80 | 7091 | Breitenbrunn |
| Kittel Mühle | Ossarn 57 | 3130 | Herzogenburg |
| Mc Donald`s- Franchise GmbH | Liebermannstraße A01601 | 2345 | Brunn/Geb.,Campus 21 |
| Sachen&Machen (Knirps&Co) | Industriegelände West 11 | 2460 | Bruck an d. Leitha |
| Sparkasse der Stadt Amstetten | Hauptplatz 31 | 3300 | Amstetten |
| Gutwinski Management GesmbH | Lohnsteinstraße 36 | 2380 | Perchtoldsdorf |
| Landesschwerpunkt Krankenhaus Krems | Mitterweg 10 | 3500 | Krems |
| Eco Plus GmbH | Nö Süd Straße 3 | 2355 | Wr.Neudorf |
| Landeskrankenhaus Donauregion Tulln | Alter Ziegelweg 10 | 3430 | Tulln |
| Karl Mertl Handelsges.m.b.H. | Häbergasse 14 | 2320 | Schwechat |
| Erste Bank | Hauptplatz 19 | 2700 | Wr.Neustadt |
| Madienpoint,Werbe &Verlagsges.m.b.H | Tiefenbach 3 | 3543 | Krumau/Kamp |
| Ingenieur Büro Bauer | Oberegging 24 | 3373 | Kemmelbach |
| Schebesta&Holzinger | Schreinergergasse 6 | 3100 | St.Pölten |
| Tullnerfelder Volksbank reg.Gen.m.b.H | Hauptplatz 29 | 3430 | Tulln |
| Backhausen Interior TextilGmbH | Hohenreich 136 | 3945 | Hohenreich |
| Ferdinand Jandl Karosseriefachwerkstätte | Markt 112 | 3321 | Ardagger |
| Mode Sport Fahrnberger | Göstling 51 | 3345 | Göstling |
| Semket Etikettiersystem GmbH | Tirolerstraße 9 | 3105 | St.Pölten |
| Donau Universität Krems | Dr.Karl Dorrek-Straße30 | 3500 | Krems |
| Aspelmayer GmbH | Gmündnerstr.229 | 3970 | Weitra |
| Gourmet Menü Service GmbH | Zdarskystraße 3 | 3106 | St.Pölten |
| Raiffeisenbank Ried in Tirol Fendels | Ried Nr. 97 | 6531 | Ried |
| McDonald`s Markus Bock GmbH | Langgasse 48 | 6460 | Imst |
| Obst u. Gemüse Bruno Niederwieser | Museumstrasse 19 | 6020 | Innsbruck |
| Druck 2000 GmbH | Peter-Mitterhofer-Weg 23 | 6300 | Wörgl |
| Elekta GmbH | Klostergasse 4/1/16 | 6020 | Innsbruck |
| Call Consult Telefon&Marketing | Hofsteigstr 112 | 6858 | Schwarzach |
| Koenig Austria G.m.b.H | Bahnhofstraße 1 | 4481 | Asten/Linz |
| OÖ. Landesabfallverwertungsunternehmen | Madersbergerstraße 16 | 4600 | Wels |
| Funk Fuchs GmbH&CoKG | Friedhofstraße 8 | 4642 | Sattledt |
| Pastoralamt der Diözese Linz | Kapuzinerstraße 84 | 4020 | Linz |
| SPES Akademie Bildungs-u.Studiengesellschaft m.b.H | Panoramaweg 1 | 4553 | Schlierbach |
| Einrichtungsteam Katzmaier | Oberer Markt 23 | 4193 | Reichenthal |
| Krankenhaus d. Barmherzigen Schwestern Linz | Seilerstätte 4 | 4010 | Linz |
| Spenglerei-Dachdeckerei Winter GmbH | Grünburger Straße 39 | 4595 | Waldneukirchen |
| Optiker Aigner | Stadtplatz 3 | 4710 | Grieskirchen |
| ASZ Linz GmbH | Europaplatz 8 | 4020 | Linz |
| Zemsauer ET GmbH | Bad Hallerstr.41 | 4595 | Waldneukirchen |
| BFI Oberösterreich | Raimundstraße 3 | 4021 | Linz |
| Österr. Jugend Herbergs Verband | Neckheimgasse 6 | 9020 | Klagenfurt |
| Hype-Alpe-Adria-Bank AG | Alpen Adria Platz 1 | 9020 | Klagenfurt |
| Friseurstudio Elite GmbH | Völkendorferstraße 3 | 9500 | Villach |
| Schmuck Uhren Ute Habenicht GmbH | Hauptmann-Hermann-Platz4 | 9020 | Klagenfurt |
| ASS-Datentechnik | H.Sachsstraße 34 | 9020 | Klagenfurt |
| Tiebeldruck | Bahnhofstraße 16 | 9560 | Feldkirchen |
| Moden Stattmann | Gasserplatz 8 | 9620 | Hermagor |
| Parkhotel Pörtschach GmbH | Hans Pruschaweg 5 | 9210 | Pörtschach |

| | | | |
|---|------------------------------|------|------------|
| Verkehrsverbund Kärnten GmbH | Walther v.d.Vogelweide Platz | 9020 | Klagenfurt |
| Steuerberatungs- u. Wirtschaftsprüfungskanzlei Birnbacher | Hauptplatz 19 | 9500 | Villach |
| Berger Feinste Confitserie GmbH | Schokoladenweg 1 | 5090 | Lofer |
| Christian-Doppler-Klinik | Ignaz-Harrer-Straße 79 | 5020 | Salzburg |

Anhang 2: FRAGEBOGEN Projektstufe 1

Betriebswirtschaftliche Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen in österreichischen Unternehmen

Im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit

(Bitte ausfüllen):

Unternehmen _____

Adresse, Straße _____

PLZ _____ Ort _____

Tel. Nummer _____

e-mail _____

Ansprechperson:

Name/Titel _____

Funktion im Unternehmen _____

Beschäftigte Mitarbeiter: _____ Zahl

Männer _____ Frauen _____

Dzt in Karenz _____ Zahl

Gibt es in Ihrem Unternehmen **familienfreundliche Maßnahmen**?(Gleitzeit, Teilzeit, Telearbeit, MA-Information in Karenz u.a.)

Ja Nein, Gespräch abbrechen

Wann haben Sie zum ersten Mal **familienfreundliche Maßnahmen** in Ihrem Unternehmen umgesetzt?

vor ca. _____ Jahren (erste familienfreundliche Maßnahmen)

Haben Sie sich am **Audit Familie und Beruf** beteiligt?

Ja, vor ca. _____ Jahren (erstes Audit Familie und Beruf)

Nein, weil _____

Wurden Sie bereits einmal **reauditert**?

ja, vor ca. _____ Jahren (Reauditierung)

Nein, weil _____

Haben Sie am Wettbewerb „**Taten statt Worte**“ teilgenommen?

Ja, vor ca. _____ Jahren (Wettbewerb Taten statt Wort)

Nein, weil _____

Haben Sie an **anderen** Wettbewerben zum Thema teilgenommen?

- Ja, welche _____
- Nein

Was war die **wichtigste Motivation** für das Unternehmen, familienfreundliche Maßnahmen zu setzen?

Wer hat diese Entscheidung maßgebend beeinflusst? Gab es einen **Initiator**?

- JA, Name _____
Funktion _____
- Nein, nicht bekannt

Wurde das Unternehmen bei der Einführung und Umsetzung der familienfreundlichen Maßnahmen von einer **externen Beratung** begleitet?

- JA, Firma/Name _____
- Nein, selbst entwickelt und umgesetzt

Waren Sie mit der externen Beratung **zufrieden**?

- JA
- Nein, weil _____

Was waren die für das Unternehmen wichtigsten Empfehlungen und **Maßnahmen**, die auch **umgesetzt** wurden? (nach Wichtigkeit **gereiht**)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Andere, welche _____

Welche **messbaren Ergebnisse** über betriebswirtschaftliche Auswirkungen dieser Maßnahmen gibt es in Ihrem Unternehmen?

- | | | | |
|--|-----------------------------|-------------------------------|--|
| Befragungen der MitarbeiterInnen (Zufriedenheit, Motivation u.a.) | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> keine Angaben |
| Leistungsmessungen | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> keine Angaben |
| Fehlzeiten (Krankentage u.a.) | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> keine Angaben |
| Veränderung der Fluktuation | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> keine Angaben |
| Rückkehrdauer nach Karenz | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> keine Angaben |

- Rückkehrquote nach Karenz ja nein keine Angaben
- Image des Unt. am Arbeitsmarkt ja nein keine Angaben
- Zahl der Bewerbungen ja nein keine Angaben
- Aufwand zur Wiederbesetzung ja nein keine Angaben
- Messungen zum Unt.image ja nein keine Angaben
- Marktanteilmessungen ja nein keine Angaben
- Wettbewerbskennzahlen ja nein keine Angaben
- Erfolgs/Ertragsrechnungen ja nein keine Angaben
- Andere, welche _____
- _____
- _____

Gibt es bereits konkrete Messungen/Vergleiche (**vorher/nachher**) von betriebswirtschaftlichen Auswirkungen familienfreundlichen Maßnahmen?

- ja, welche _____
- nein

Wir würden gerne mit Ihrem Unternehmen/zuständigen AbteilungsleiterIn Kennzahlen für die Messung von betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von familienfreundlichen Maßnahmen entwickeln und auswerten. Für diese Analyse/Berechnung/Beratung entstehen Ihrem Unternehmen keine zusätzlichen Kosten.

Sind Sie bereit, ein **persönliches Analysegespräch** mir Frau Mag. Martina Pecher und ihrem/n zuständigen AbteilungsleiterInnen zu führen?

- ja, wir werden uns wegen Terminvereinbarung in den nächsten Wochen bei Ihnen melden
- nein, warum nicht _____
- _____

Vielen Dank!

Anhang 3: Beteiligte Firmen Projektstufe 2

| | | |
|---|----------------------|-------------------|
| Siemens AG Österreich | Siemenstraße 92 | 1211 Wien |
| Mars Austria OG | Eisenstädterstr. 80 | 7091 Breitenbrunn |
| Orthopädisches Spital Speising GmbH | Speisingerstraße 109 | 1130 Wien |
| Intersport Austria GesmbH | Flugplatzstraße 10 | 4600 Wels |
| Balance Resort AG Stegersbach | Panoramaweg 1 | 7551 Stegersbach |
| WYETH Withe Hall Export GmbH | Storchengasse 1 | 1150 Wien |
| ASMA Aspelmayr GmbH | Gmündnerstraße 229 | 3970 Weitra |
| Raiffeisen Holding NÖ-Wien reg. Gen.m.b.H. | Raiffeisenplatz 1 | 1020 Wien |
| Sparkasse Amstetten | Hauptplatz 31 | 3300 Amstetten |
| Haus St. Vinzenz Pinkafeld | Schützner Straße 15 | 7423 Pinkafeld |

| | | |
|--|------------------------------------|--------------------|
| Schebesta & Holzinger Wirtschaftstreuhandges.m.b.H. | Schreinerergasse 6 | 3100 St. Pölten |
| Wurm & Partner Unternehmensservice GmbH | Softwarepark 49 | 4232 Hagenberg |
| Sphinx IT Consulting GmbH | Mariahilferstr. 103 | 1060 Wien |
| Ing. Friedrich Bauer GmbH | Oberegging 24 | 3373 Kimmelbach |
| Infora Consulting GmbH | Entenplatz 1a | 8020 Graz |
| SPES Akademie Bildungs- und Studienges.m.b.H | Panoramaweg 1 | 4553 Schlierbach |
| Koenig Austria GmbH | Bahnhofstr. 1 | 4481 Asten |
| NET Value GmbH&Co KG | Währingerstraße 89 | 1180 Wien |
| Deakon Degen GmbH | Autal 36A | 8301 Lassnitzhöhe |
| Gobitan Handels GmbH | Jochen Rindt Straße 15 | 1230 Wien |
| Sachen & Machen Marketing GmbH | Industriegelände West 11 | 2460 Bruck/Leitha |
| medienpoint Werbe- und VerlagsgesmbH | Tiefenbach 3 | 3543 Krumau |
| Ute Habenicht GmbH | Kramergasse 12 | 9020 Klagenfurt |
| T plus M Steuerberatung KG | Hans Sachsstraße 16 | 9020 Klagenfurt |
| Verkehrsverbund Kärnten GmbH | Walther von der Vogelweide Platz 4 | 9020 Klagenfurt |
| Möbel Katzmeier | Oberer Markt 23 | 4193 Reichenenthal |
| CAE Simulation & Solutions GmbH | Pitkagasse 2/1/16 | 1210 Wien |
| Mode Sport Fahrnberger | Göstling 51 | 3345 Göstling |
| Schuster Immobilienreuhand Bauconsulting KEG | Schörgelgasse 10 | 8010 Graz |
| R.PIKAL GmbH | Wickenburggasse 2 | 1080 Wien |

Anhang 4: FRAGEBOGEN Projektstufe 2

Betriebswirtschaftliche Aspekte familienfreundlicher Maßnahmen in österreichischen Unternehmen

Im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit

Unternehmen _____

Adresse, Straße _____

PLZ _____ Ort _____

Tel. Nummer _____

e-mail _____

Ansprechperson:

Name/Titel _____

Funktion im Unternehmen _____

Mitarbeiter gesamt (Zahl) _____ in TZT _____

Männer _____ Frauen _____

Frauen in Karenz, aktuell _____ in den letzten 5 Jahren _____

Männer in Karenz, aktuell _____ in den letzten 5 Jahren _____

Lehrlinge _____

Betriebsrat ja nein

Wann haben Sie zum ersten Mal **familienfreundliche Maßnahmen** in Ihrem Unternehmen umgesetzt?

vor ca. _____ Jahren (erste familienfreundliche Maßnahmen)

Unterlagen dazu (Firmenpolitik, MA Info)

Haben Sie sich am **Audit Familie und Beruf** beteiligt?

Ja, vor ca. _____ Jahren (erstes Audit Familie und Beruf)

Unterlagen dazu, Maßnahmen _____

Nein, weil _____

Wurden Sie bereits einmal **reauditert**?

ja, vor ca. _____ Jahren (Reauditierung)

Nein, weil _____

Werden Sie sich in Zukunft auch am Audit beteiligen?

ja

Nein, weil _____

Was bringt das Audit Ihrem Unternehmen?

Haben Sie am Wettbewerb „**Taten statt Worte**“ teilgenommen?

Ja, vor ca. _____ Jahren (Wettbewerb Taten statt Wort)

Nein, weil _____

Unterlagen dazu, Einreichbogen _____

Haben Sie an **anderen** Wettbewerben zum Thema teilgenommen?

Ja, welche _____

Nein

Unterlagen dazu, Einreichbogen _____

Was war die **wichtigste Motivation** für das Unternehmen, familienfreundliche Maßnahmen zu setzen?

Wer hat diese Entscheidung maßgebend beeinflusst? Gab es einen **Initiator**?

JA, Name _____
 Funktion _____

Nein, nicht bekannt

Wurde das Unternehmen bei der Einführung und Umsetzung der familienfreundlichen Maßnahmen von einer **externen Beratung** begleitet?

JA, Firma/Name _____

Nein, selbst entwickelt und umgesetzt

Waren Sie mit der externen Beratung **zufrieden**?

JA

Nein, weil _____

Was waren die für das Unternehmen wichtigsten Empfehlungen und **Maßnahmen**, die auch **umgesetzt** wurden? (nach Wichtigkeit gereiht)

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Andere, welche _____

Welche **messbaren Ergebnisse** über betriebswirtschaftliche Auswirkungen dieser Maßnahmen gibt es in Ihrem Unternehmen?

1. Themenbereich: MOTIVATION, ZUFRIEDENHEIT, IDENTIFIKATION

Befragungen der MitarbeiterInnen (Zufriedenheit, Motivation u.a.) ja nein wie oft _____

Mitarbeitergespräche ja nein wie oft _____

Mit welchen Ergebnissen:

| | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | hoch | mittel | niedrig |
| Zufriedenheit der MitarbeiterInnen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Identifikation mit dem Unternehmen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Motivation der MitarbeiterInnen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Bewältigung der Aufgaben

Beispiel eines Fragebogens _____

2. Themenbereich: ERGEBNISSE, LEISTUNG

Leistungsmessungen ja nein keine Angaben

In welchen Bereichen _____

Arbeiter (Akkord, Stückvorgaben, Prämiensystem) _____

Angestellte (Stundenaufzeichnungen, Vorgaben) _____

| | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | hoch | mittel | niedrig |
| Ergebnisse: Leistung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Produktivität (Umsatz/MA) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Produktivität (Umsatz/MA) in Euro: _____

3. Themenbereich: FEHLZEITEN, KRANKENTAGE

Gibt es Aufzeichnungen der Arbeitszeit?

- Keine/Vertrauens AZ
- Händisch durch den Mitarbeiter
- Schriftliche Erfassung
- EDV gestützte Erfassung

Werden Fehlzeiten gemessen?

- Krankentage
- Kuraufenthalt
- Arztbesuch
- Pflegeurlaub

Mit welchem Ergebnis:

Wie viel Tage/Krankentage/pro Jahr/pro Mitarbeiter _____

Sonstige Fehlzeiten _____

Wie beurteilen Sie die Höhe der Krankentage/Fehlzeiten _____

4. Themenbereich: FLUKTUATION

Fluktuation (Kündigungen durch MA) hoch mittel niedrig

Wie viele Kündigungen durch MA in den letzten 3 Jahren _____

In % der durchschnittlichen MA/pro Jahr (durchschnittliche Fluktuationsquote)

| Ergebnisse: | gestiegen | gleich | gesunken |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Fluktuation seit Einführung Fam.freundl.Maßnahmen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Rückkehrquote nach Karenz _____
(wie viel % der MA kommen nach Karenz in das Unternehmen zurück)

Durchschnittliche Karenzzeit _____

5. Themenbereich: KOSTEN DER PERSONALSUCHE

Image des Unt. am Arbeitsmarkt hoch mittel niedrig
 nicht bekannt nicht messbar

Gibt es Messungen/Unterlagen dazu _____

Zahl der Blindbewerbungen/pro Jahr _____

Bewertung durch Unternehmen hoch mittel niedrig

Wie viele MA werden durchschnittlich pro Jahr gesucht _____

Wie werden neue MA gesucht/Positionen neu besetzt?

- Aus dem eigenen Unternehmen
- Aus dem Topf der Blindbewerbungen
- Inserate
- Head hunter
- AMS
- anderes

Wird Familienfreundlichkeit kommuniziert? ja nein

Wie, warum (nicht) _____
(Beispiel)

durchschn. Ausgaben f. Neubesetzung pro Position _____

durchschn Ausgaben f. Neubesetzung pro Jahr _____

6. Themenbereich: IMAGE/MARKTANTEIL/ERTRAGSLAGE DES UNTERNEHMENS

Unternehmensimage hoch mittel niedrig
 nicht bekannt nicht messbar

Gibt es Messungen/Unterlagen dazu _____

Marktanteil des Unternehmens hoch mittel niedrig
 nicht bekannt nicht messbar

Wettbewerbskennzahlen _____
Gibt es Messungen/Unterlagen dazu _____

Erfolgs/Ertragsrechnungen ja nein keine Angaben

Sind Sie mit der Ertragslage zufrieden ja nein keine Angaben

Wie ist der Trend der Entwicklung positiv negativ keine Angaben

Andere (bis jetzt nicht erwähnte) messbare Kennzahlen, welche

Gibt es bereits konkrete Messungen/Vergleiche (**vorher/nachher**) von betriebswirtschaftlichen Auswirkungen familienfreundlicher Maßnahmen?

ja, welche _____

nein

Welche Maßnahmen von offizieller Seite erwarten Sie sich zur Förderung der Umsetzung von familienfreundlichen Maßnahmen in Unternehmen:

- Internet Plattform mit best practice Beispielen
- Erfahrungsaustausch, wie _____
 - Veranstaltungen, wie _____
 - Diskussionen, wie _____
 - Firmenbesuche, wie _____

Anhang 5: Prognos-Studien zu den betriebswirtschaftlichen Effekten familienfreundlicher Maßnahmen (Auszug aus TRIGOS – CSR rechnet sich, BMVIT Jasch, Jandl 2007)

„Für Unternehmen rechnen sich familienfreundliche Maßnahmen grundsätzlich. Mit der Einführung familienfreundlicher Maßnahmen kann ein positiver Return on Investment (ROI) realisiert werden. In einer durch Controllingdaten von 10 mittelgroßen deutschen Unternehmen gestützten Modellrechnung wurde ein ROI von 25 % ermittelt.“ Zu diesem prägnanten Ergebnis kommt die Studie der Prognos AG im Auftrag des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Auf Grundlage von Controllingdaten aus zehn Unternehmen wurden die Wirkungen von familienfreundlichen Maßnahmen auf die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit Betreuungsaufgaben analysiert, sowie relevante Kostengrößen für Fluktuation und längerfristige Betriebsabwesenheit ermittelt. Anhand dieser Daten wurde für Unternehmen ein Einsparpotenzial durch familienfreundliche Maßnahmen ermittelt.

Auf der anderen Seite wurden die Kosten für ein familienfreundliches Maßnahmenpaket – bestehend aus Beratungsleistungen, individuellen Arbeitszeitmodellen, Telearbeit und Kinderbetreuung – erhoben. Das Verhältnis von realisierten Einsparungen und Maßnahmenkosten ergab den Return on Investment.

Um die Vergleichbarkeit und Übertragbarkeit der Ergebnisse der Analyse unabhängig von Unternehmensspezifika darstellen zu können, wurde auf Grundlage der ermittelten Kostengrößen und Einsparpotenziale eine Modellrechnung zu Kosten und Nutzen familienfreundlicher Maßnahmen durchgeführt. Die Modellrechnung bildet ein Unternehmen ab, welches ca. 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei einer Frauenquote von 44,6 Prozent (Bundesdurchschnitt in Deutschland) beschäftigt. Das Qualifikationsniveau ist leicht überdurchschnittlich. Das Unternehmen erzielt ein positives Jahresergebnis und sieht derzeit keine Personalreduktion vor. Für dieses realitätsnahe Unternehmen zeigt sich innerhalb der Modellrechnung, dass den Maßnahmenkosten von rund 300.000 € im Jahr ein realisiertes Einsparpotenzial von jährlich gut 375.000 € gegenüber steht und somit ein monetärer Vorteil von 75.000 € erschlossen wird.

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht entstehen durch Fluktuation und der Dauer bis zum Wiedereinstieg betriebliche Kosten, die durch familienfreundliche Maßnahmen vermieden bzw. gesenkt werden können. Dieses Kosteneinsparpotenzial besteht laut der Prognos-Studie im Einzelnen aus:

- den **Wiederbeschaffungs- bzw. Fluktuationskosten**, d. h. den Kosten für die familienbedingte Fluktuation von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – gleichzusetzen mit den Wiederbeschaffungskosten von Ersatzkräften mit gleichem Qualifikationsniveau;
- den **Überbrückungskosten**, d. h. den Kosten für die Überbrückung der Phase, in der sich Personal in Elternzeit befinden;
- den **Wiedereingliederungskosten**, d.h. den Kosten für die Wiedereingliederung von Rückkehrerinnen und Rückkehrern aus der Elternzeit, die mit der Dauer der Betriebsabwesenheit steigen.

Anhang 6: TRIGOS – CSR rechnet sich (BMVIT Jasch, Jandl 2007)

Aufbau der Datenerhebung in österreichischen Betrieben

Die Ergebnisse der Prognos-Studien für Deutschland und die Schweiz wurden anhand von fünf Firmen in Österreich hinterfragt. Dazu wurden die aus den Studien ableitbaren Kostenarten sowie allgemeine betriebliche Daten zur Personalstruktur abgefragt und anonymisiert. Soweit möglich, wurde ein Benchmarking innerhalb der Teilnehmer als auch im Vergleich zum österreichischen Durchschnitt durchgeführt.

Teilgenommen haben folgende Unternehmen:

- B. Braun GmbH
- Druckerei Grasl
- Österreichische Kontrollbank AG
- Shell Austria
- Verbundgesellschaft

Eine empirische Wirtschaftlichkeitsanalyse familienfreundlicher Maßnahmen, die den Anspruch verfolgt, Erkenntnisse über das Verhältnis von monetären Kosten und monetärem Nutzen zu gewinnen, stellt hohe Anforderungen an die Qualität des Datenmaterials. Als wesentliche Kriterien hierfür nennt die Prognos-Studie (2005):

- die Existenz und Verfügbarkeit von Daten, die einen Vergleich des Zustands mit und ohne familienfreundliche Maßnahmen respektive vor und nach Einführung der Maßnahmen zulassen, um Veränderungen und damit die Wirkung der Maßnahmen messen zu können,
- die Isolierbarkeit der Effekte familienfreundlicher Maßnahmen gegenüber anderen Einflussfaktoren sowie
- die Möglichkeit einer zuverlässigen monetären Bewertung der Messgrößen.

Für die Ermittlung der monetären Effekte wurde innerhalb der Studien in Österreich auf Daten aus dem betrieblichen Personalcontrolling der beteiligten Unternehmen zurückgegriffen, wodurch die Validität und Belastbarkeit der Ergebnisse gewährleistet werden kann. Bei der Erhebung der Daten zeigte sich jedoch, dass die Unternehmen bei den Personalcontrollingdaten nicht die Merkmale «hat Kinder» und «Alter des Kindes/der Kinder» hinterlegt hatten. Hierdurch wurde die Erfassung der Zielgruppe „Mitarbeiter mit Betreuungsbedarf“ erschwert; teilweise musste sie aufwändig manuell ermittelt oder geschätzt werden. Auch waren die Kosten familienfreundlicher Maßnahmen einerseits nur als Schätzung verfügbar, andererseits wurden spezifische Einzelwerte nicht zur Veröffentlichung freigegeben. Die so ermittelte Datengrundlage ist dementsprechend für eine Wirtschaftlichkeitsberechnung nicht ausreichend.

Allgemein bedeutet die «Unsichtbarkeit» von Eltern in den Personaldatenmodellen der Unternehmen, dass sowohl besondere Problemsituationen von Beschäftigten mit Familienaufgaben als auch die Effekte familienfreundlicher Maßnahmen nicht erkennbar sind und damit eine wichtige Grundlage für eine familienorientierte Personalpolitik fehlt. Darüber hinaus gestaltet sich eine Wirkungsmessung familienfreundlicher Maßnahmen in vielerlei Hinsicht schwierig. Wirkungen auf das Unternehmensimage oder die Motivation der Beschäftigten lassen sich nur über spezifische und wiederholte Befragungen feststellen. Produktivitäts-, Effizienz- oder Fehlzeiteffekte lassen sich auf der Grundlage der verfügbaren Personalcontrollingdaten nicht abbilden bzw. die Effekte, die auf familienfreundliche Maßnahmen zurückzuführen sind, können nicht isoliert werden.

Im Zuge der Erhebung wurde deutlich, dass spezifische Kennzahlen getrennt nach Geschlecht, Alter oder nach Eltern in den meisten Betrieben nicht griffbereit zur Verfügung standen und eine Nacherhebung insbesondere für länger zurückliegende Vergleichsjahre mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden wäre. Die Datenerhebung erfolgte daher auf Basis der Mitarbeiter, die Familienbeihilfe für Kinder bis zum 15. Lebensjahr beziehen. Diese Kennzahl ist aus den Personalabrechnungsbögen zweifelsfrei ersichtlich. Für eine detaillierte betriebliche Analyse, z.B. um den Bedarf für einen

Betriebskindergarten oder andere familienfreundliche Maßnahmen abzufragen, sollten aber zusätzliche Auswertungen und Befragungen durchgeführt werden.

Bestätigt werden konnten die Erfahrungen der Prognos AG in den Unternehmensprojekten in Deutschland und der Schweiz bezüglich der geringen Entwicklung von Controllingssystemen zur Ermittlung der Personalwiederbeschaffungskosten, sowie generell der Kosten familienfreundlicher Maßnahmen. Die außergewöhnlich hohen Rates of Returns für familienfreundliche Maßnahmen konnten aber nicht nachgerechnet werden.

Die für die Erhebung in Österreich verwendeten Datenblätter im Excel-Programm werden auf Anfrage (info@ioew.at) gerne zur Verfügung gestellt.

Anhang 7: Gallup Engagement Index Q12® zwölf Aussagen zum Arbeitsplatz bzw. –umfeld

- Q1 Ich weiß, was bei der Arbeit von mir erwartet wird.
Q2 Ich habe die Materialien und Arbeitsmittel, um meine Arbeit richtig zu machen.
- Q3 Ich habe bei der Arbeit jeden Tag die Gelegenheit, das zu tun, was ich am besten kann.
Q4 Ich habe in den letzten 7 Tagen für gute Arbeit Anerkennung oder Lob bekommen.
Q5 Mein Vorgesetzter oder eine andere Person bei der Arbeit interessiert sich für mich als Mensch.
Q6 Bei der Arbeit gibt es jemanden, der mich in meiner Entwicklung fördert.
- Q7 Bei der Arbeit scheint meine Meinung zu zählen.
Q8 Die Ziele und Unternehmensphilosophie meiner Firma geben mir das Gefühl, dass meine Arbeit wichtig ist.
Q9 Meine KollegInnen haben einen inneren Antrieb Arbeit von hoher Qualität zu leisten.
Q10 Ich habe eine/n sehr gute/n Freund/in innerhalb der Firma.
- Q11 In den letzten 6 Monaten hat jemand in der Firma mit mir über meine Fortschritte gesprochen.
Q12 Während des letzten Jahres hatte ich bei der Arbeit die Gelegenheit, Neues zu lernen und mich weiterzuentwickeln.

Anhang 8: Kurzprofil teilnehmende Firmen, Projektstufe 2

Siemens AG Österreich, Wien

www.siemens.com

Den größten Gewinn für die Gesellschaft brachten seit jeher die technischen Innovationen. Erfindungen haben den Zweck, eine vorhandene störende Lücke zu füllen und sind die Ursache für das schnelle Aufblühen des Unternehmens. Heute ist Siemens ein integrierter Technologiekonzern, der visionäres Denken mit realem Handeln verbindet. Basis des gesellschaftlichen Engagements, sind für Siemens, Kennwerte wie Verantwortung, Exzellenz und Innovation.

Mars Austria OG, Breitenbrunn

www.mars.com

Was 1923 mit der Geburt des Marsriegels begann, ist heute ein weltweites Unternehmen mit einer Vielzahl großer Marken. In Österreich kann man diese Produkte seit 40 Jahren genießen. Das Geschäft von Mars wird geprägt durch besondere Wertvorstellungen über das Unternehmen und die Art und Weise, wie es geführt werden soll. Die fünf Prinzipien: Qualität Verantwortung, Gegenseitigkeit, Effizienz u. Freiheit stellen einen zuverlässigen Wegweiser für die Bewältigung neuer Herausforderungen dar.

Orthopädisches Spital Speising G.m.b.H.Wien

www.oss.at

Das Orthopädische Spital Speising ist die älteste und größte orthopädische Fachklinik Österreichs und zählt zu den größten orthopädischen Krankenhäusern im deutschsprachigen Raum. Das Spital gehört zur Vinzenz-Gruppe, deren Ziel es ist, im Gesundheitsbereich neu zu denken und ist sich bewusst, dass“ Medizin mit Seele“ Werte braucht. Das Spektrum des medizinischen Angebots reicht von der allgemeinen chirurgischen Orthopädie über die orthopädische Schmerztherapie bis hin zu Spezialgebieten wie der Kinder- und Jugendorthopädie oder der Wirbelsäulenchirurgie.

Intersport Austria GmbH, Wels

www.intersport.at

Intersport Österreich ist eine Genossenschaft zur Förderung des mittelständischen Sportfachhandels. 114 Sporthändler mit derzeit rund 250 Geschäften bieten allen sportlich interessierten Österreichern durch den gemeinsamen, weltweiten Einkauf eine einzigartige Auswahl der neuesten und besten Sportgeräte und Sportbekleidung.

Die Handlungsempfehlungen des Audits „Familie u. Beruf „, wurden in das gesamte Unternehmen auch in die Verkaufsgesellschaften übertragen.

Balance Resort Stegersbach

www.balance-resort.at

Die beiden einzigartigen Thermalquellen in Stegersbach, deren Heilwasser besonders wohltuend für die Haut als auch für Gelenks- und Rheumabeschwerden sind, können in der neu renovierten und großzügig ausgebauten Therme Stegersbach genossen werden.

Das Balance Resort Stegersbach ist ein Luxushotel und versteht sich als das führende Haus der Thermenregion. Das Leistungsangebot im Spa-Bereich nimmt eine Sonderstellung ein und ist unverwechselbar in Österreich. Das kulinarische Angebot ist leicht u. kreativ.

ASMA Aspelmayr G.m.b.H.Weitra

www.asma.at

Aspelmayr wurde 1980 als Einzelunternehmen gegründet und erzeugt Polyurethanstoffe, die später gegründete ASMA KG übernimmt weltweit den Vertrieb. Asma hat sich auf die Verarbeitung von chemisch vernetzten Polyurethankunststoffen in kompakter, ungeschäumter Form – gummiähnliche, elastische Werkstoffe mit besonderer mechanischer Belastbarkeit-spezialisiert. Die Unternehmensphilosophie drückt sich symbolisch in einem gleichseitigen Dreieck aus. Alle drei Seiten – die Kundenzufriedenheit, die Beachtung der Mitarbeiterinteressen und die Zielerreichung des Unternehmens – sollen gleich ausgeprägt sein.

Raiffeisen Holding ,Wien

www.raiffeisen.at

Die Raiffeisen Holding NÖ-Wien ist ein starker und zuverlässiger Partner der Länder Niederösterreich und Wien und ihrer Bevölkerung. Sie stellt dies auch in zahlreichen gemeinsamen Projekten, ob nun der wirtschaftliche, der kulturelle oder der soziale Aspekt im Vordergrund steht, unter Beweis. Dieser gemeinsame Weg soll auch in Zukunft fortgesetzt werden, mit dem Ziel, die Wertschöpfung der Region zu erhöhen, Arbeitsplätze zu sichern und zusätzlich zu schaffen.

Haus St.Vincenz , Pinkafeld

www.pflegeheim-pinkafeld.at

Das Pflegeheim in Pinkafeld hat seit seiner Gründung 1852 ständig einen wichtigen Dienst an hilfsbedürftigen Menschen geleistet. Aus dieser Tradition heraus entstand auch das heutige Bemühen diesem sozialen Auftrag gerecht zu werden.

Die neuen Erkenntnisse in der Pflegeforschung bedürfen einer ständigen Weiterentwicklung. Eine abwechslungsreiche Tagesstruktur mit verschiedenen Aktivitäten soll den Bewohnern einen aktivierenden Lebensrhythmus bieten, sodass Wohlbefinden und Behaglichkeit auch im Alter erlebt werden kann.

Schebester & Holzinger , St. Pölten

www.office.sh

Die Firma wurde 1948 durch Frau Aurelia Irbauer gegründet und entwickelte sich bis 2002 laufend weiter. 2002 wurde das Unternehmen an Schebester&Holzinger verkauft.

Die MitarbeiterInnen des Steuerberatungsunternehmens betreuen individuell und selbständig ihre Klienten. Diese persönliche und möglichst stabile Kundenorientierung findet auch in einer völlig individuellen Arbeitszeitregelung ihren Niederschlag.

Wurm & Partner, Hagenberg

www.ubit.at

Bei Wurm & Partner findet man für jeden Unternehmensbereich einen kompetenten Ansprechpartner. Fachleute wie Buchhalter, Personalverrechner, Betriebswirte, Juristen und IT-Profis sind für die Kunden da. Das interne Konzept wird durch ein externes Netzwerk von Steuerberatern, Unternehmensberatern, Rechtsanwälten, Notaren, Banken und Versicherungen ergänzt. Als Dienstleister steht bei Wurm & Partner der Mensch im Vordergrund. Uns ist daran gelegen, bestehende Arbeitsverhältnisse aufrecht zu erhalten und durch geringe Fluktuation Erfahrung und Know-how zu erhalten.

Sphinx IT Consulting GmbH , Wien

www.sphinx.at

Seit der Gründung des Unternehmens 1993 werden mit einem hoch spezialisierten Team Applikationen für große österreichische Unternehmen mit Schwerpunkt auf Industrie, Handel und Behörden entwickelt. Technische Kompetenz ist nicht der einzige Schlüssel zum Erfolg. Deshalb wird sehr viel Wert auf eine lebendige und erfolgreiche Firmenkultur, die von gegenseitigem Respekt und Vertrauen geprägt ist, gelegt.

Ingenieurbüro Bauer GmbH, Kimmelbach

www.bauertech.com

1987 gründete Ing. Friedrich Bauer den Familienbetrieb als Ingenieurbüro mit integrierter Projektunterstützung. Durch die Positionierung als Experte für technisches Personal konnte sich die Firma einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten. Qualität und der Mensch stehen im Vordergrund. Dies in Einklang gebracht, sichert schon jahrelang die gute Auftragslage sowie eine ausgezeichnete Performance. Im Ingenieurbüro erfolgte eine Spezialisierung auf Sonderlösungen im Bereich Maschinen- und Anlagenbau sowie Automatisierungstechnik und Schweißtechnologie. Die Umwelttechnik (Biogasanlagen) wurde zu einem weiteren Hauptaufgabengebiet.

Infora Consulting GmbH , Graz

www.icg.at

Infora wurde 1982 von Norbert Herbst und Manfred Höfler gegründet. Heute zählt die ICG Infora Consulting Group mit ihren Standorten in Graz, Wien, Berlin und Budapest zu den führenden Change-Beratungsunternehmen in Österreich. Partnerschaftlichkeit ist nicht nur ein Prinzip der Kundenbeziehungen sondern auch gelebte Unternehmensphilosophie. Die im Unternehmen tätigen Berater bestimmen als Mitunternehmer die Geschichte der ICG entscheidend mit.

SPES Akademie Bildungs- und Studiengesellschaft m.b.H., Schlierbach

www.spes.co.at

Heute ist die SPES-Akademie ein spannender Treffpunkt für viele Menschen, denen die gesellschaftliche, die soziale, und spirituelle Entwicklung der Welt am Herzen liegt. Die Unterstützung der Menschen bei der nachhaltigen Gestaltung und Sicherung ihrer Lebensqualität am Arbeitsplatz, in der Familie und in ihrem Lebensraum wird weiterhin ein Anliegen sein.

Koenig Austria G.m.b.H , Asten/Linz

www.kvt-koenig.at

Das Unternehmen ist im Bereich qualitativ hochwertiger Verbindungstechnik tätig und ist in einem international agierenden Konzern eingebettet. Ob Produkte für die Industrie oder für die Baubranche die Koenig Verbindungstechnik liefert keine gängige Massenware oder handelsübliche Normteile. Das Unternehmen sieht sich als attraktiver Arbeitgeber mit motivierten, zufriedenen und qualifizierten MitarbeiterInnen.

NET-VALUE GmbH & CoKG , Wien

www.net-value.com

Net-value gestaltet nutzenstiftende Informations- und Marketingprozesse im Internet und Intranet, auch für Betriebsorganisation, Projektentwicklung und Change Management Begleitung. Net-value schließt die Lücke zwischen Marketing und IT. Net-value ist Berater und Entwickler für direkt nutzbringende Projekte im e-Business und e-Government, für online Marktstrategien, Mitarbeiter- Kommunikation und Kundenbindung.

Deakon Degen GmbH, Aual bei Graz

www.deakon.at

Seit der Gründung des Unternehmens im Jahre 1988 stand die Vereinbarkeit von Familie und Beruf immer im Vordergrund. Im Betrieb werden Kabel für die Förder-, Heizungs-, Aufzugs und Medizintechnik, die Automotiv Industrie und vieles mehr gefertigt. "Wer aufhört besser zu werden, der hört auf gut zu sein!" Dieser Leitsatz ist die eigentliche Grundbasis des Unternehmens. Aber es sind immer die Verbindungen mit den Menschen, die dem Unternehmen seinen Wert geben.

Gobatin Handels GmbH, Wien

www.gobatin.at

Vor 20 Jahren gründeten Frau Anneliese Bauer und Frau Susanne Göbel einen Großhandelsbetrieb mit Verpackungsmaterialien. Nach 4 Übersiedlungen verfügt die Firma nun über ein Hochregallager, um die Bedürfnisse der Kunden so prompt wie nur möglich zu erfüllen. Die Auszeichnung als familien- und frauenfreundlicher österreichischer Mittelbetrieb bestätigt das gute Betriebsklima, viele MitarbeiterInnen sind bereits mehr als 10 Jahre im Betrieb und können mit langjähriger Erfahrung Kunden beraten und versuchen, die ausgefallensten Wünsche zu erfüllen.

Sachen & Machen, Bruck/Leitha

www.sachen-machen.co.at

Sachen & Machen ist der Dienstleister fürs Marketing. Die langjährige Erfahrung in der Fertigung von Direkt-Marketing Aussendungen sowie bei der Logistik für Verkaufsförderungsmaßnahmen ist die Stärke des Unternehmens. Ständige Bemühungen des Unternehmens, die MitarbeiterInnen durch die regelmäßige Teilnahme an Fachseminaren und einer ständigen internen Weiterbildung, beruflich auf dem letzten Stand zu halten sind für das Unternehmen selbstverständlich.

Medienpoint Werbe-und VerlagsgesmbH, Krumau/Kamp

www.medienpoint.at

Die seit 1991 bestehende Firma wächst kontinuierlich. Trotz modernstem Equipment und schönen Büroräumen bleiben die Mitarbeiter das wertvollste Kapital. Durch laufende Schulungen, Seminare und Kurse sind die einzelnen Abteilungen stets up-to-date, und in der Lage, immer bessere Ergebnisse zu liefern. Es wird sehr auf die Auswahl von Top-Lieferanten und Produktionsbetrieben geachtet, damit die Kunden einen spürbaren Nutzen haben.

T plus M Steuerberatung, Klagenfurt

www.tplusm.at

Die Firma, eine renommierte Steuerberatungskanzlei, wurde 1953 von Herrn Türk senior gegründet und wird seit 1990 von Herrn Dr. Peter Türk geleitet. Der Unternehmensgegenstand der Firma umfasst alle Leistungen eines Steuerberaters. Die persönliche Dienstleistung steht an erster Stelle. Beratung und Betreuung werden individuell auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt.

Verkehrsverbund Kärnten, Klagenfurt

www.kaerntner-linien.at

Öffentlicher Verkehr muss funktionieren. Möglichst einfach, verlässlich und für den Kunden glasklar im Überblick. Daher haben sich viele Unternehmen zusammengeschlossen zu einem Verbund, der über ein einheitliches Tarifschema verfügt und dessen Philosophie „Service am Fahrgast“ lautet. Der Erfolg und das Feedback der Kunden gibt dem Unternehmen Recht, das seit 1994 „gemeinsame Sache im Dienste des Fahrgastes“ macht.

Schmuck Uhren Ute Habenicht GmbH , Klagenfurt

www.habenicht.at

Das Einzelhandelsunternehmen Schmuck Uhren Ute Habenicht besteht als Firmenunternehmen seit über 40 Jahren. Es gibt zwei Standorte in Klagenfurt. Schmuck Uhren Ute Habenicht ist als Diadoropartnerin eingebettet in ein Netz von 40 Qualitätsjuwelieren in ganz Österreich. Im Unternehmen herrscht eine offene Kultur, die eigenverantwortliches Arbeiten fördert und den Sympathiewert des Unternehmens bei Kunden und MitarbeiterInnen erhöht.

Einrichtungsteam Katzmaier, Reichenhthal

www.aufmoebler.at

1972 wurde der Betrieb von Irmgard und Michael Katzmaier übernommen. In der Folge wurde sehr intensiv an der Vergrößerung des Unternehmens gearbeitet. Die Kunden werden immer wieder mit besonderen Einrichtungsideen und neuen Perspektiven verwöhnt. Das oberste Gebot der Fa. Katzmaier ist der erfolgreiche Einsatz für die Kunden. Dabei werden die langjährige Erfahrung und Ideen mit Hilfe bester Ausrüstung und ganzer Kraft zum Nutzen der Kunden eingesetzt.

CAE Simulation & Solutions GmbH , Wien

www.cae-sim-sol.at

Die Firma CAE Simulation & Solutions bietet Ingenieur Dienstleistungen sowie Projektabwicklungen bei unterschiedlichen Problemstellungen und EDV-Dienstleistungen im Bereich Computer Aided Engineering (CAE) an. Der Zielmarkt der Firma sind sowohl Großbetriebe mit eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilung als auch Klein- und Mittelbetriebe, für die eine eigene F&E-Abteilung nicht rentabel ist. Eine kontinuierliche Verbesserung des Prozesses zur Gestaltung einer familienbewussten, modernen Personalpolitik liegt dem Unternehmen sehr am Herzen.

Mode Sport Fahrnberger , Göstling / Ybbs

www.fahrnberger.at

Mode Sport Fahrnberger ist ein Mode- und Sporthaus, das nach dem Motto „Mehrere Geschäfte in einem „ auf einer Verkaufsfläche von 550 Quadratmetern neben Damen- und Herrenbekleidung, Kindermode und Sportartikel auch Trachten, Spielwaren, Kameras und technisches Zubehör sowie Näh-, Strick- und Bastelbedarf anbietet. Mode Spot Fahrnberger ist ein Familienbetrieb, in dem alle MitarbeiterInnen einen Arbeitsbereich haben sollen, in dem sie sich wohl fühlen und sie sich fachlich und persönlich gut entwickeln können

Karl Schuster Immobilientreuhand, Wien

www.schuster.at

„Schuster Immobilien Treuhand“ wurde im Jahr 1995 gegründet und tritt als Gesamtdienstleister der Immobilienbranche auf. Zwei Schwerpunkte des Unternehmens sind der Bereich der Immobilienveranlagung sowie die Bauträgertätigkeit mit der Errichtung und Verwertung von Immobilien. Die Firma verfügt über zwei Kanzleistandorte in Graz und Wien. Seit Oktober 2000 verfügt die Firma auch als erstes Immobilienunternehmen Österreichs über das ISO9001 Zertifikat für Qualitätsmanagement.

Sparkasse Amstetten, Amstetten

www.sparkasse.at

Seit 125 Jahren handelt die Sparkasse Amstetten nach dem Leitsatz: „Im Sinne der wirtschaftlichen Aufwärtsentwicklung unserer Region, zum Wohle der Bevölkerung sowie der privaten und öffentlichen Unternehmungen und Einrichtungen.“

Kundenorientierter, freundlicher Service, fachkundige Beratung im Veranlagungs und im Kreditgeschäft sorgen dafür, dass die Sparkasse Amstetten als „local player“ ihrer Aufgabe im Sinne höchster Kundenzufriedenheit bestens gerecht wird.

WYETH Withe Hall Export, Wien

www.wyeth.com

Seit der Gründung vor mehr als 140 Jahren liegt der Fokus von Wyeth in der Erforschung und Entwicklung innovativer Medikamente. In einer Zeit, die von Schnellebigkeit und Veränderungen geprägt ist, haben Traditionen und Werte eine besondere Bedeutung. Wyeth fühlt sich auch mehr als 140 Jahre später noch immer den Werten seiner beiden Gründer verpflichtet: Qualität, Integrität, Respekt vor den Menschen, Führungsstärke und Teamwork.