

Quelle Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12. 06. 2007
Seite B4
Ressort Verlagsbeilage
Seitentitel Familie und Beruf

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Willkommen zurück

Das Unternehmensnetzwerk "Erfolgsfaktor Familie" will Familienfreundlichkeit zu einem Markenzeichen der deutschen Wirtschaft machen. Einige Unternehmen gehen bereits mit gutem Vorbild voran.

"Unsere Mitarbeiter mit Nachwuchs sind für uns zu wichtig. Da können wir das Thema Familie nicht einfach ignorieren", sagt Bernd Schache. Eigentlich ist er für das Produktmarketing der Firma "Megware Computer GmbH" zuständig. Gleichzeitig kümmert er sich jedoch um die Umsetzung familienfreundlicher Maßnahmen in dem Chemnitzer Betrieb. Sie sind festgehalten in einer Betriebsvereinbarung, die bereits seit Anfang der 90er Jahre existiert. Das Unternehmen betreibt zudem gemeinsam mit vier weiteren Firmen einen Betriebskindergarten. Und dieser hat auch schon einmal am Wochenende geöffnet, um so den Arbeitsanfall in Stoßzeiten besser abfedern zu können.

Die Chemnitzer Firma ist Mitglied im Unternehmensnetzwerk "Erfolgsfaktor Familie", einer gemeinsamen Initiative des Bundesfamilienministeriums und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages. Das Netzwerk soll dazu beitragen, dass Familienfreundlichkeit zu einem Markenzeichen der deutschen Wirtschaft wird. Seinen inzwischen rund 750 Mitgliedern bietet es die Möglichkeit, sich zu informieren und auszutauschen und das eigene Engagement darzustellen. Die Eigendarstellung ist insbesondere für Mittelständler eine große Chance, denn sie sind oft stärker engagiert, als nach außen sichtbar wird.

Auch Christian und Annett Seifert sind Mitglied im Netzwerk. Sie betreiben seit 1998 im brandenburgischen Cottbus eine ambulante Rehaklinik - mit rund 60 Beschäftigten. Weil Patienten oft früh morgens oder spät abends behandelt werden müssen, sind neue Arbeitszeitmodelle und Kinderbetreuung in Randzeiten insbesondere für die Reha-Beschäftigten ein Thema. "Für Physiotherapeuten ist der Anreiz hoch, eine eigene Praxis zu eröffnen. Wenn man gute Leute haben möchte, muss man allerdings auch etwas für sie tun", begründet Christian Seifert, warum er das familienfreundliche Profil seines Unternehmens noch weiter schärfen will.

Auch dem Wiesbadener Silikonhersteller Dow Corning geht es darum, seine Fachkräfte zu halten. "Als eine unserer erfahrenen Qualitätsingenieurinnen Ende 2003 ihr erstes Kind bekam, plante sie zunächst zwei oder drei Jahre Elternzeit. Und die Vorstellungen für die Zeit danach waren unklar", beschreibt die Personalverantwortliche Elisabeth Ganss einen typischen Fall. Doch Frau Ganss wollte die qualifizierte Kollegin nicht so einfach ziehen lassen, hielt auch in der Elternzeit den Kontakt und motivierte sie schließlich bereits nach 18-monatiger Betriebspause zu einem sanften Wiedereinstieg.

Unterstützung beim Wiedereinstieg ist auch ein Schwerpunkt bei der BASF in Ludwigshafen. "Willkommen zurück" heißt ein Seminar, das Wiedereinsteigerinnen nach der Elternzeit besuchen können. Außerdem stehen den Mitarbeitern zwei betriebseigene Kindertagesstätten zur Verfügung. "LuKids Krippe Nord" und "LuKids Krippe Süd" bieten insgesamt 60 Plätze für den Nachwuchs. Auf großes Interesse dürfte vermutlich auch das geplante "LuKids ad hoc" stoßen - ein Angebot für Eltern, deren privat organisierte Betreuung plötzlich ausfällt.

Investitionen wie diese werden bei der BASF nicht "nur" als soziales Engagement für Mitarbeiter aufgefasst: "Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein wichtiger Baustein für die strategische Ausrichtung des Unternehmens auf die Herausforderungen des demographischen Wandels", begründet Personalchef Hans-Carsten Hansen, warum sich BASF im Unternehmensnetzwerk "Erfolgsfaktor Familie" engagiert.

Engagierte, vor allem aber auch interessierte Unternehmen sind indessen bereits die Hauptzielgruppe, an die sich das Netzwerk mit dem Angebot der kostenlosen Mitgliedschaft wendet. Neben Informationen, Austausch und einer Best-Practise-Plattform versteht es sich nämlich nicht zuletzt auch als Beleg

für, dass die "Herausforderung Vereinbarkeit" von der deutschen Wirtschaft zunehmend erkannt und angenommen wird.

VON SOFIE GEISEL

Projektleiterin des Unternehmenswerkes "Erfolgsfaktor Familie" bei der DIHK Service GmbH, Berlin

AUS DER PRAXIS: KINDERKRIPPE
"Krabbelkäfer" heißen die rund 30 Kinder der Kinderkrippe in Mannheim. Hier werden Kleinkinder zwischen acht Wochen und drei Jahren von acht Erzieherinnen betreut. Träger der Einrichtung ist eine von Mitarbeitern der Roche Diagnostics GmbH gegründete Elterninitiative, die die Kinderkrippe mit Unterstützung des Unternehmens und der Stadt Mannheim in nur wenigen Monaten realisiert hat. Auch an der Finanzierung der Plätze beteiligen sich Eltern, Stadt und Unternehmen - jeweils zu einem Drittel - gemeinsam. Das Finanzierungsmodell ist einmalig in Baden-Württemberg.

So unterstützt Roche Diagnostics schon seit einiger Zeit die Kinderkrippe "Spatzennest", die am zweiten deutschen Standort Penzberg ebenfalls durch ein Public-Private-Modell finanziert wird. "Es ist wichtig, qualifizierte Mitarbeiter in der Firma zu halten. Durch die Krippe können wir ihnen die Entscheidung für Beruf und Familie erleichtern", sagt Dr. Jürgen Schwiezer, Vorsitzender der Geschäftsführung. Dr. Arno Deger, Leiter des Penzberger Werkes, sieht in der Kinderkrippe auch einen wichtigen Standortfaktor. "Wir profitieren davon, wenn die Mitarbeiterinnen oder auch Mitarbeiter relativ früh nach ihrer Elternzeit ins Unternehmen zurückkommen."