

BERICHT KarenzAktiv

Befragung
„Zukunftsschmiede
Arbeitsmodelle“

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Ziel der Umfrage	3
3. Quantitative Ergebnisse	4
3.1. Teilnahmequote	4
3.2. Teilnahmequote, gesplittet nach Unternehmensgröße	5
3.3. Teilnahmequote, gesplittet nach Kanal	5
3.4. Rückschlüsse auf „Interesse am Thema“	6
3.5. Teilnahme pro Branche	7
3.6. Wer hat wie teilgenommen?	8
3.7. Teilnahme pro Region	10
4. Qualitative Ergebnisse	11
4.1. Zukunftsfähigkeit	11
4.2. Gesellschaftliche Relevanz	13
4.3. Kommunikation	15
4.4. Finanzen	16
4.5. Mitarbeiter*innenstolz / -bindung	17
5. Wünsche an das Land / die Sozialpartner	18
5.1. Öffentlichkeitsarbeit	18
5.2. Kinderbetreuung	19
6. Details zu Karenz und Konsequenzen in Vorarlberg	20
6.1. Mütterkarenz	20
6.2. Führungskräfte in Teilzeit	21
6.3. Väterkarenz in Vorarlberg	23
6.4. Gründe für die bisher niedrige Akzeptanz der Väterkarenz in Vorarlberg	24
7. Kommentare	26
8. Glossar	30
9. Kontakt	30

1. Einleitung

„Vorarlbergs Arbeitswelt von morgen – dual, digital und weiblich.

Der Bedarf an Fachkräften [in Vorarlberg] ist um einiges höher als das Angebot, was die Wachstumsdynamik der heimischen Betriebe bremst. Denn sie können mittlerweile Aufträge nicht mehr annehmen, da es an qualifizierten MitarbeiterInnen fehlt.“

Dies ist ein Auszug aus der Pressekonferenz, die am 13. September 2019 von Landeshauptmann Markus Wallner, AK-Präsident Hubert Hämmerle und WK-Präsident Hans Peter Metzler herausgegeben wurde.

Es wurden 8 Punkte genannt, die in diesem Zusammenhang zur Verbesserung der Fachkräfte-Situation in Vorarlberg angestrebt werden. Punkt (4) beschäftigte sich damit, Frauen beim (Wieder-)Einstieg zu unterstützen.

Im Rahmen des Projektes KarenzAktiv hat uns die Arbeiterkammer daher mit einer Unternehmensbefragung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf betraut.

2. Ziel der Umfrage

Als Ziel wurde festgelegt, den Status Quo in den Unternehmen rund um das Thema (Väter-)Karenz, Vereinbarkeit, (Eltern-)Teilzeit, Führung in Teilzeit abzufragen und Wünsche, Ideen und Anregungen der Befragten einzuholen, mit gesondertem Augenmerk auf die möglichen Gründe für die bislang niedrige Akzeptanz der Väterkarenz in Vorarlberg.

Als Zielgruppe wurden Unternehmen aus dem Sekundär- und Tertiär-Sektor definiert. Der Fokus lag auf Unternehmen, die „männerlastig“ sind, d.h. entweder Unternehmen, die generell in „Männerbereichen“ tätig sind oder mehr männliche als weibliche Beschäftigte haben. Ausgeschlossen wurden explizit Landwirtschaft, Beamte, Lehrer*Innen und Sozialeinrichtungen.

In Summe sollten 350 Unternehmen angefragt werden. Die Erwartung war, dass 120 davon an der Befragung teilnehmen, d.h. es wurde mit einer Rücklaufquote von 30% gerechnet.

3. Quantitative Ergebnisse

3.1 Teilnahmequote

Die Gesamt-Teilnahmequote von 18% liegt, verglichen mit einer durchschnittlichen Rücklaufquote von 5-10%, deutlich über Durchschnitt, jedoch weit unter der ursprünglich angenommenen Rücklaufquote von 30%.

Gesamt wurden 670 Unternehmen kontaktiert, verteilt auf folgende Kontakt-Kanäle:

Teilnahmequote (Kontaktaufnahme)			
	Anfrage	Teilnahme	in%
email	613	52	16%
nicht nachvollziehbar		45	
telefonisch	42	11	26%
persönlich	10	9	90%
what's app	3	3	100%
multiplikator	1	2	
sms	1	1	100%
Gesamtergebnis	670	123	18%

Abb. 1

Hauptkanal (mit 91%) war, wie geplant, das Anschreiben per Email.

Obenstehend als „nicht nachvollziehbar“ genannt, sind Unternehmen, die an der Umfrage online teilgenommen haben, jedoch vollkommen anonym bleiben wollten. Damit sie in der Gesamtsumme nicht doppelt gezählt wurden, sind sie als „nicht nachvollziehbar“ aufgelistet, jedoch ist davon auszugehen, dass diese Unternehmen ebenfalls per Email angeschrieben worden sind.

3.2 Teilnahmequote, gesplittet nach Unternehmensgröße

Teilnahmequote (Unternehmensgröße)			
	Anfrage	Teilnahme	in%
klein	94	56	46%
mittel	136	50	41%
groß	65	15	12%
n/a	375	2	2%
Gesamtergebnis	670	123	100%

Abb. 2

n/a = not available

Das Ziel, den Fokus auf KMUs zu legen, wurde mit 87% erreicht.

3.3 Teilnahmequote, gesplittet nach Kanal

Teilnahmequote (Befragungs-Kanal)		
	Teilnahme	in%
telefonisch	19	15%
persönlich	19	15%
online	32	26%
online, nicht abgeschlossen	39	32%
email (Kommentar)	3	2%
geplant, aber abgesagt	11	9%
Gesamtergebnis	123	100%

Abb. 3

30% der Unternehmen haben im persönlichen oder telefonischen Gespräch teilgenommen, 58% online, wobei 32% die Befragung nicht komplett abgeschlossen haben, jedoch als „teilgenommen“ gezählt wurden, sobald sie mehr als eine Frage beantwortet hatten.

3.4 Rückschlüsse auf „Interesse am Thema“

Beim Anschreiben per Email wurde die Outlook-Funktion der Lesebestätigung verwendet.

Rücklauf		
	Anfrage	in%
email gelesen	231	34%
telefonisch erreicht	29	4%
keine Info	398	59%
ungelesen gelöscht	12	2%
Gesamtergebnis	670	100%

Abb. 4

Hierbei ist eine Unschärfe bezüglich Gesamtzahl und „Interesse am Thema“ zu erwähnen, da in Outlook das Senden einer Lesebestätigung deaktiviert werden kann. Bezogen auf diejenigen, von denen wir wissen, dass sie entweder das Email gelesen haben oder von ABZ*AUSTRIA telefonisch darauf angesprochen wurden, können wir mit 47% Teilnahmequote allerdings ein klares Interesse an dem Thema aufzeigen:

Interesse am Thema	
email gelesen (s.o.)	231
telefonisch erreicht	29
Teilnahmen an Umfrage	123
Teilnahmequote	47%

Abb. 5

Diese 47% übertreffen die geplante Rücklaufquote von 30%. Eine Recherche hierzu hat ergeben, dass die Flut an Umfragen, oftmals als Spam eingehend, inzwischen so hoch ist, dass viele Anfragen, die interessant sind, schlicht untergehen. Es wurde als wünschenswert genannt, dass zumindest offizielle Stellen (Land, Sozialpartner, öffentliche Einrichtungen) sich vor dem Versenden der Anfragen abstimmen und austauschen würden.

3.5 Teilnahme pro Branche

Der Fokus bei der Befragung sollte auf Unternehmen liegen, die eine hohe Männerquote bei den Beschäftigten haben. Die Branchen, die hauptsächlich an der Befragung teilgenommen haben sind Industrie und Handel mit 15% (wobei Industrie sicherlich eine hohe Beschäftigtenquote von Männern widerspiegelt, der Handel jedoch sehr von Frauen geprägt ist). Technik und Handwerk zählen mit je 11% zu den Unternehmen mit einer hohen Männer-Beschäftigten-Quote.

In Summe, wenn man Technik, IT, Handwerk, Bau und Industrie zu den männerdominierenden Branchen zählt, haben wir hierbei eine Teilnahmequote von 52% erreicht.

Teilnahme- / Anfragequote (Branche)				
	Anfrage	Anfrage in%	Teilnahme	Teilnahme in%
Bank/Versicherung	12	2%	6	5%
Bau	27	4%	8	7%
Dienstleistung	128	19%	15	12%
Handwerk	113	17%	14	11%
Industrie	88	13%	18	15%
IT	49	7%	10	8%
Technik	89	13%	13	11%
Handel	77	11%	19	15%
Gastronomie/Tourismus	87	13%	20	16%
Gesamtergebnis	670	100%	123	100%

Abb. 6

3.6 Wer hat wie teilgenommen?

Die Teilnehmer*innen waren nach Geschlecht in Summe ungefähr ausgeglichen. Bei den weiblichen Teilnehmerinnen ist eine klare Verschiebung zu Abteilungsleiterinnen (incl. Personalabteilung) abzulesen, wohingegen die männlichen Teilnehmer vermehrt in der Geschäftsführung zu finden waren.

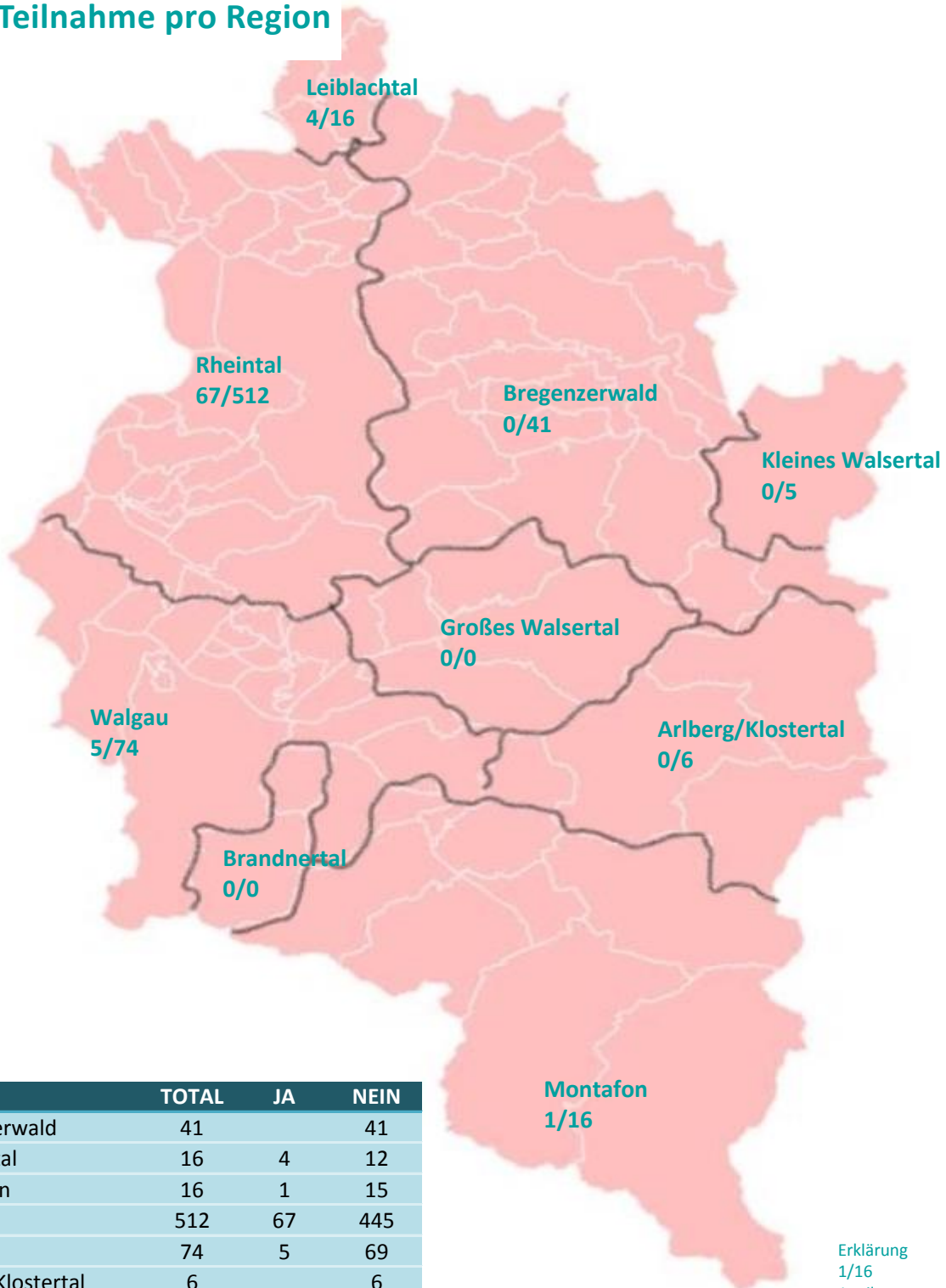
Wer hat teilgenommen? (Position)		
	Teilnahme	in%
weiblich	65	53%
Geschäftsführung	11	17%
Assistentin GF	1	2%
Führungskraft	11	17%
Abteilungsleitung	3	5%
Personalleitung	15	23%
Assistenz	2	3%
Personalabteilung	14	22%
Personalentwicklung	2	3%
Mitarbeiter*in	6	9%
männlich	58	47%
Geschäftsführung	29	50%
Führungskraft	6	10%
Abteilungsleitung	4	7%
Personalleitung	8	14%
Assistenz Personalabteilung	1	2%
Assistenz	1	2%
Personalabteilung	5	9%
Personalentwicklung	2	3%
Mitarbeiter*in	2	3%
Gesamtergebnis	123	

Abb. 7

Wer hat wie teilgenommen? (m/w)		
	Teilnahme	in%
weiblich	65	53%
telefonisch	16	
persönlich	12	
online	19	
online, nicht abgeschlossen	10	
email (Kommentar)	2	
geplant, aber abgesagt	6	
männlich	58	47%
telefonisch	3	
persönlich	7	
online	13	
online, nicht abgeschlossen	29	
email (Kommentar)	1	
geplant, aber abgesagt	5	
Gesamtergebnis	123	100%

Abb. 8

3.7 Teilnahme pro Region



Region	TOTAL	JA	NEIN
Bregenzerwald	41		41
Leiblachtal	16	4	12
Montafon	16	1	15
Rheintal	512	67	445
Walgau	74	5	69
Arlberg/Klostertal	6		6
Kleines Walsertal	5		5
Gesamt	670	77	593

Erklärung
1/16
1 teilgenommen / 16 angefragten

Abb. 9

4. Qualitative Ergebnisse

Für die inhaltliche Auswertung wurden 5 Schlagwörter definiert, die unterschiedliche Themen beinhalten. Wurde ein Thema genannt, so wird dies im Nachfolgenden als „Nennungen“ bezeichnet.

Diese Schlagwörter sind (gerankt nach den meisten Nennungen):

(1) Zukunftsfähigkeit	88%
(2) Gesellschaftliche Relevanz	81%
(3) Kommunikation	75%
(4) Finanzen	48%
(5) Mitarbeiterstolz, /-bindung	41%

4.1 Zukunftsfähigkeit

Die Themen unter Zukunftsfähigkeit beschreiben die Bereitschaft der Unternehmen, neue Wege zu gehen, neue Abläufe zu definieren, Arbeitsplätze und –zeiten neu zu definieren. Es zeigt Themen auf, die sich auf die Neu-Orientierung der Arbeitswelt beziehen.

88% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus dem Schlagwort „Zukunftsfähigkeit“ genannt, im Schnitt 5,9 (von 13) der Themen.

Als Hauptthema wurde die erfolgreiche Umsetzung verschiedener Arbeitszeitmodelle in den Unternehmen (mit 66%) identifiziert, gefolgt von dem Einrichten flexibler Arbeitsplätze (mit 50%). In direktem Zusammenhang steht hierzu die Flexibilität im Handeln und der Zeitgestaltung (sowohl auf Mitarbeiter*innen- als auch auf Unternehmens-Seite).

Potential gibt es bei den Themen „Zielorientiertes Arbeiten“, „Unternehmens-Struktur“, „Werteverständnis bzgl. Karenz“, sowie bei „Flexibilität im Handeln und der Zeitgestaltung“.

Zukunftsfähigkeit						
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	88%					
Durchschnittliche Nennungen	5,5					
Thema	umgesetzt	gewünscht	nicht angedacht	vorhanden	nicht vorhanden	notwendig
Flexible Arbeitsplätze (New Work)	50%	3%				
Verschiedene Arbeitszeitmodelle im UN etabliert	66%	3%	2%			
Flexibilität in Zeitgestaltung	47%				9%	
Flexibilität im Handeln	48%	3%			13%	
Zielorientiertes Arbeiten	17%				3%	
Innovationen erkennen				11%	6%	
Unternehmensstruktur					16%	
Rechtliches Update	6%	6%				
Karenz allgemein						
Zusammenhang zwischen Qualifikation und Dauer der Karenz bei Frauen				5%		
Nachbesetzung während der Karenz						23%
Geringfügig arbeiten während Karenz	14%					
Erfahrung mit Karenz allgemein					8%	
Werteverständnis bzgl Karenz				41%	17%	

Abb. 10

4.2 Gesellschaftliche Relevanz

Die Themen unter „Gesellschaftlicher Relevanz“ beschreiben die Umsetzung der Themen in den Unternehmen, sowie das Gesellschaftsbild Vorarlbergs an sich. Es zeigt auf, wie diese Themen im Zusammenhang mit dem privaten Umfeld der Mitarbeiter*innen im Unternehmen integriert sind.

81% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus dem Schlagwort „Gesellschaftliche Relevanz“ genannt, im Schnitt 4,5 (von 15) der Themen.

Als Hauptthema wurde das „Traditionelle Familienbild“ (mit 49%) in Vorarlberg genannt, das auch gleichzeitig als Hauptgrund für das Scheitern, bzw. die fehlende Akzeptanz der Väterkarenz genannt wurde (s. Punkt 6.4). In direktem Zusammenhang mit dem „Traditionellen Familienbild“ steht die „Traditionelle Führungsebene“, die mit 39% noch sehr präsent in den Unternehmen ist, allerdings auch als „Im Umdenken“ identifiziert wurde (mit 14%).

Angepasste Arbeitszeiten an private Situationen (mit 44%) war das zweite wichtige Thema, das als bereits umgesetzt in den Unternehmen beschrieben wurde.

Bemerkenswert war die Eindrücklichkeit, mit der herausgestellt wurde, dass im Unternehmen kein Unterschied zwischen den männlichen und weiblichen Angestellten gemacht wird, Arbeitsplatz sei Arbeitsplatz.

Ein direkter Zusammenhang konnte zwischen dem erfolgreichen Umsetzen der Väterkarenz und dem Thematisieren der Familiensituation im Unternehmen gesehen und gehört werden.

Potential gibt es bei den Themen „Kommunikation, Information zu Väterkarenz“ (s. Thema „Väterkarenz nicht angefragt, bzw. nicht unterstützt“) und bei „Arbeitsabläufe an private Situationen anpassen“.

Gesellschaftliche Relevanz						
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	81%					
Durchschnittliche Nennungen	4,5					
Thema	genannt	vorhanden	nicht vorhanden	negativ	gewünscht	Info an MA fehlt
Familiensituation im Unternehmen thematisiert	32%					
Gleiche Herangehensweise bei Männern und Frauen im UN	24%					
Angepasste Arbeitsabläufe an private Situationen		8%	14%		3%	
Angepasste Arbeitszeiten an private Situationen		44%	3%			
Papamonat akzeptiert und umgesetzt	15%					3%
Väterkarenz seitens AN nicht angefragt	15%					
Väterkarenz seitens AG nicht unterstützt	3%					
Väterkarenz im UN nicht relevant	15%					
Väterkarenz nicht aktuell, aber möglich	10%					
Väterkarenz umgesetzt	31%					
Traditionelles Familienbild	49%					
Traditionelle Führungsebene	39%					
Öffentliche Darstellung der Väterkarenz in Vorarlberg			10%	5%		
Ältere Generation sucht Erfüllung in Arbeit	2%					
Ein Umdenken findet bereits statt - Frage der Zeit	14%				2%	

Abb. 11

4.3 Kommunikation

Die Themen unter „Kommunikation“ beschreiben, wie aktiv auf die Mitarbeiter*innen zum Thema Karenz im Unternehmen zugegangen wird.

65% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus dem Schlagwort „Kommunikation“ genannt, im Schnitt 3,4 (von 7) der Themen. Das Thema ist, sofern es genannt wurde, auch sehr ausdrücklich angesprochen worden.

Hauptthema hier sind die Gespräche vor, während und nach der Karenz (mit 84%). Neben den Gesprächen war Planung das zweitwichtigste Thema: Planung von Karenz (mit 72%) und Planung von Wiedereinstieg (mit 70%).

Allgemein war das Thema Kommunikation ein großes Thema, das für manche sicher so alltäglich war, dass sie es nicht genannt haben. Dies könnte erklären, dass das Schlagwort „Kommunikation“ nur auf Platz 3 zu finden ist. Auf Nachfragen in den persönlichen Interviews wurde „Kommunikation“ als Selbstverständlichkeit angeführt und als wesentliches Kriterium im Personalwesen, ohne das Personal-Management allgemein nicht funktionieren würde.

Potential gibt es bei den Themen „Abstimmung im Team“, „Schulungen“ und „Vertretungsregelung“.

Kommunikation				
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	65%			
Durchschnittliche Nennungen	3,4			
Thema	vorhanden	nicht vorhanden	organisiert	gewünscht für Führungskräfte
Transparenz des Themas Karenz in Unternehmen	38%			
Gespräche vor/während/nach Karenz	84%			
Planung von Karenz	72%	2%		
Abstimmung im Team			16%	
Vertretungsregelung			36%	
Planung von Wiedereinstieg	70%	2%		
Schulungen während Karenz / bei Wiedereinstieg			14%	2%

Abb. 12

4.4 Finanzen

Die Themen unter „Finanzen“ beinhalten die Investitionen, die das Unternehmen in das Thema Karenz tätigt, als auch Einschränkungen, die Mitarbeiter*innen erfahren (könnten).

48% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus dem Schlagwort „Finanzen“ genannt, im Schnitt 1,4 (von 4) der Themen.

Als Hauptthema wurden „Finanzielle Einbußen“ (mit 54%) genannt, das die ungleiche Bezahlung zwischen Mann und Frau beinhaltet, sowie ein finanzielles „Degradieren“ nach der Karenz. Der zweite Punkt „Vergünstigungen“ (mit 20%) beinhaltet Themen wie z.B. finanzielle Unterstützung bei der Kinderbetreuung, Hilfe bei der Suche eines Kinderbetreuungs-Platzes bis zu Zusatz-Urlaubstag bei Väternkarenz. Für eine weitere Auswertung hierzu waren allerdings nicht genügend Nennungen vorhanden.

Potential gibt es bei der Verlinkung zwischen „Fachkräfte“ und „Karenz“ – hierzu wurden von den Unternehmen nicht wirklich relevante Aussagen gemacht.

Finanzen				
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	48%			
Durchschnittliche Nennungen	1,4			
Thema	vorhanden	gewünscht	befürchtet	nicht zutreffend
UN investiert in Fachkräfte	9%			
UN bietet "Vergünstigungen"	20%	9%		
Finanzielle Einbußen			54%	
Jobverlust			14%	3%

Abb. 13

4.5 Mitarbeiter*innenstolz / -bindung

Die Themen unter „Mitarbeiter*innenstolz / -bindung“ beschreiben, wie stark der Bezug der Unternehmen zu ihren Mitarbeiter*innen ist. Es war kein Hauptaugenmerk bei der Fragestellung, sondern wurde als Thema, das sich aus den Antworten ergeben hat, identifiziert.

41% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus dem Schlagwort „Mitarbeiter*innenstolz / -bindung“ genannt, im Schnitt 2,0 (von 5) der Themen.

Die Mehrzahl der Unternehmen hat Mitarbeiter*innenbindung nicht im Fokus, wenn es um das Thema Vereinbarkeit, Arbeit und Familie geht. Themen wie Markenwerte oder Markeninteresse mag es in den Unternehmen und bei den Mitarbeiter*innen sehr wohl geben, wurde aber nicht als relevant für unsere Befragung angesehen. Daher sind diese Ergebnisse nicht zu 100% valide.

Als Hauptthema konnte „Vertrauensfähigkeit“ identifiziert werden, sowohl als bereits vorhanden (mit 43%) als auch als gewünscht (mit 30%). Hierunter fiel vor allem die Fähigkeit, offene Gespräche zwischen Arbeitgeber*innen und Arbeitnehmer*innen führen zu können. In direktem Zusammenhang steht hierzu die „Kollegialität“, bei der 13% die Angst vor Imageverlust bei den Kolleg*innen, als auch bei der Führungskraft genannt haben.

Potential gibt es bei den Themen „Loyalität“, „Kollegialität“ und „Bindung an die Marke, das Unternehmen“.

Mitarbeiterstolz / -bindung					
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	41%				
Durchschnittliche Nennungen	2,0				
Thema		umgesetzt	gewünscht	vorhanden	nicht vorhanden
Markeninteresse wird von MA unterstützt		13%	17%		7%
Markenwerte können von MA übernommen werden		13%	13%		13%
Vertrauensfähigkeit			30%	43%	
Loyalität			7%	17%	
Kollegialität	allgemein			7%	
	Imageverlust bei Väterkarenz			13%	
	Respekt für Väterkarenz			3%	
	UN-seitig fördern		7%		

Abb. 14

5. Wünsche an das Land / die Sozialpartner

Bei den einzelnen Fragen wurde zusätzlich abgefragt, wie das Land oder die Sozialpartner unterstützen können.

Folgende Antworten konnten identifiziert werden:

- | | |
|---|-----|
| (1) Öffentlichkeitsarbeit | 29% |
| (2) Unterstützung bei der Kinderbetreuung | 27% |

5.1 Öffentlichkeitsarbeit

29% der Unternehmen haben mindestens ein Thema aus „Öffentlichkeitsarbeit“ genannt, im Schnitt 1,3 (von 2) der Themen.

Hauptthema (mit 90%) war das Veröffentlichen von Role Models bzw. Best Practice, wenn es um Väterkarenz bzw. die Vereinbarkeit von Arbeit und Beruf geht. Es fehlen Berichte darüber, wie das Berufsleben und der Alltag partnerschaftlich aufgeteilt werden können, damit es eine WIN/WIN für die Familie und für die Unternehmen gibt. Wichtig war den Teilnehmenden hierbei, dass es sich um authentische Berichte handelt, die die Probleme aufzeigen und woran Väter schon gescheitert sind. Dies wurde als hilfreiche Unterstützung bei Einführung von Väterkarenz im Unternehmen genannt, die sie im Unternehmen verwenden könnten.

Das zweite Thema, das (mit 38%) identifiziert werden konnte, war Unterstützung in Form von Erfahrungsberichten, wie Arbeitsplätze evaluiert werden können und Arbeitszeitmodelle geschaffen und umgesetzt werden können.

Öffentlichkeitsarbeit	
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	29%
Durchschnittliche Nennungen	1,3
Thema	gewünscht
Publizieren Role Models/Best Practice	90%
Arbeitszeitmodelle - Evaluation und Umsetzung im UN	38%

Abb. 15

5.2 Kinderbetreuung

27% der Unternehmen haben Kinderbetreuung unter „Unterstützung Land/Sozialpartner“ angeführt, im Schnitt 3,0 (von 4) der Themen genannt.

Für die Entscheidung, ob und wie lange die Karenz (Mütter oder Väter) genommen wird, spielt die Kinderbetreuung eine entscheidende Rolle. Und zwar nicht nur, wieviel Stunden nach der Karenz wieder gearbeitet werden können, sondern ob überhaupt wieder gearbeitet werden kann. Dabei wurden Themen wie Sommerbetreuung, Ganztags-Öffnungszeiten, Flexibilität in den Öffnungszeiten, aber auch die Planbarkeit genannt. Die Zusage der Kinderbetreuung ist als zu spät empfunden, um eine Planung im Unternehmen kompetent einführen zu können.

Unterstützung bei Kinderbetreuung	
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	27%
Durchschnittliche Nennungen	3,0
Thema	gewünscht
flexibler in Zeiten	85%
ganztags	90%
flächendeckend	90%
planbar	30%

Abb. 16

6. Details zu Karenz und Konsequenzen in Vorarlberg

Einige Unternehmen haben detaillierte Aussagen zu Karenz gemacht, die zusammengefasst werden konnten und hier untenstehend aufgelistet sind

6.1 Mütterkarenz

Das Aufgabengebiet spielte bei den Unternehmen in der Planung eine große Rolle. Wie können die Aufgaben aufgeteilt werden, welche Zeit muss überbrückt werden und welche Aufgaben kann die Frau nach der Karenz wieder übernehmen?

38% der Unternehmen haben eine Aussage zum Aufgabengebiet nach der Karenz bei Frauen gemacht. Dabei sind mit 54% die Aufgaben nicht gewertet worden, sondern als neues Aufgabengebiet beschrieben worden. 18% können den Frauen, die aus der Karenz kommen, allerdings keine gleichwertigen Aufgaben mehr geben.

Aufgabengebiet (nach KA Frauen)	
	in%
neues	54%
interessantes	4%
anspruchsvolles	7%
flexibles	4%
gutes	4%
gleiches	11%
niederes	18%
	100%

Abb. 17

6.2 Führungskräfte in Teilzeit

Es galt zu verifizieren, ob den Führungskräften die gleiche Position nach der Karenz wieder angeboten werden kann. Hierbei spielte es keine Rolle, ob es Frauen oder Männer in Führungsposition waren. Männer allerdings haben momentan keine längeren Väterkarenzen in den befragten Unternehmen genommen, damit sie in dieser Kategorie maßstäblich mit ausgewertet hätten werden können.

45% der Unternehmen haben sich zum Thema Führung in Teilzeit geäußert.

52% davon äußerten sich negativ über Führung in Teilzeit, egal ob es realisierbar wäre oder nicht, 48% positiv. Positiv heißt hierbei allerdings nicht, dass es bereits umgesetzt ist, aber die Unternehmen können es sich vorstellen, Führung in Teilzeit anzudenken und einzuführen.

Folgende Aussagen konnten zusammengefasst werden und sind, gerankt nach der Häufigkeit der Nennungen, aufgelistet:

Teilzeit bei Führungskräften	
# teilgenommener Unternehmen	in%
gibt es momentan nicht	18%
möglich	15%
erfolgreich	9%
unerwünscht	9%
nicht angefragt	6%
funktioniert mit eingeschränktem Gebiet	6%
Frauen selbst im Weg	6%
aus GF-Sicht unmöglich	6%
möglich, Tandem-Splitting als Option	3%
personenabhängig	3%
schwierig umzusetzen	3%
mit anderen Arbeitsmodellen zu kombinieren	3%
erwünscht	3%
braucht Definition	3%
80% Verdienst, 100% Arbeit	3%
herausfordernd	3%
	100%
positive Aussagen	48%
negative Aussagen	52%

Abb. 18

21% der Unternehmen haben angegeben, wie hoch die Arbeitszeit ist, die sie sich bei einer Führungskraft vorstellen.

80% davon gibt an, dass es keine Führung unter 80% Arbeitszeit geben kann (Stichwort: All-In-Verträge), lediglich 20% kann sich vorstellen, dass Führung mit 50%-70% möglich ist. Darunter kann es nur mit Top-Sharing funktionieren, das allerdings keines der Unternehmen als funktionierend erwähnt hat.

Vom UN erwartete AZ bei Führungskräften		
	in%	
50-60%	7%	} 20%
60%+	7%	
70%	7%	
80%	27%	} 80%
80-90%	7%	
100%	40%	
100%+	7%	
100%		

Abb. 19

6.3 Väterkarenz in Vorarlberg

Die Themen, die unter Punkt 4 bereits ausgewertet wurden, wurden nochmals in einer anderen Zusammenstellung näher angeschaut.

Es galt herauszufinden, welche möglichen Gründe für ein „Scheitern“ bzw. für die fehlende Akzeptanz der Väterkarenz in Vorarlberg angeführt werden können.

45% der Unternehmen hat Väterkarenz als positiv angesehen, auch wenn sie es in ihrem Unternehmen noch nicht umgesetzt haben.

Im Gespräch kam heraus, dass der Papamonat teilweise bereits als Väterkarenz bezeichnet wird, d.h. dass es eine Unschärfe in der Auswertung der ersten beiden Punkte geben kann. Es zeigt aber auch, dass es Verwirrung und Informations-Lücken zu diesem Thema gibt.

Väterkarenz		
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	45%	
Durchschnittliche Nennungen	1,2	
Thema	genannt	Info an MA fehlt
Papmonat akzeptiert und umgesetzt	27%	6%
Väterkarenz umgesetzt	55%	
Väterkarenz nicht aktuell, aber möglich	18%	
Väterkarenz im UN nicht relevant	27%	

Abb. 20

12% der Unternehmen haben Details zu der genommenen Väterkarenz angegeben. Wurde einmal Väterkarenz bereits im Unternehmen durchgeführt und positiv erfahren, dann ist die Tendenz für das Unternehmen steigend.

Anzahl Väterkarenz im UN	
	in%
1	44%
3-4 / Jahr	11%
permanent 2	11%
steigend	33%
	100%

Abb. 21

Zur Dauer der Väterkarenz wurden 2 Monate als hauptsächlich in den Unternehmen umgesetzt genannt, da die 2 Monate noch als längerer Urlaub oder Krankenstand gehandhabt werden können und es hierbei keiner längeren Planung incl. Vertretung oder Nachbesetzung bedarf.

Dies hat dann auch zur Folge, dass die Väter hauptsächlich mit 100%, in Einzelfällen mit 80-90% wieder zurück kommen.

6.4 Gründe für die bisher niedrige Akzeptanz und Umsetzung der Väterkarenz in Vorarlberg

Um herauszufinden, warum in Vorarlberg die Väterkarenz noch nicht akzeptiert ist, galt es, die Themen, die in den Schlagworten gefallen sind, neu zusammenzufassen und zu gewichten.

75% der Unternehmen haben mindestens eines der unten aufgeführten Themen, die dem Scheitern oder, besser gesagt, der Akzeptanz der Väterkarenz zugeordnet werden können, genannt. Im Schnitt wurden 3,3 (von 12) der Themen genannt.

Als Hauptgrund wurde das Traditionelle Familienbild in Vorarlberg (mit 53%) genannt, verbunden damit die Traditionelle Führungsebene (mit 42%).

Kinderbetreuung (mit 47%) wurde als zweiter wichtiger Punkt genannt, gefolgt von Finanziellen Einbußen (mit 35%).

Das Werteverständnis bzgl. Karenz wurde mit 47% als vorhanden genannt und 20% als nicht vorhanden. Dies hilft das Umdenken, das bereits stattfindet, zu unterstützen und birgt Potential bei der Auswirkung, die eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit haben kann. Mit 11% wurde die Öffentlichkeitsarbeit als fehlend in Vorarlberg genannt, bzw. mit 5% sogar als negativ in der Darstellung der Väterkarenz.

Scheitern/Akzeptanz der Väterkarenz					
Anzahl der Unternehmen, die mindestens ein Thema aus dem Bereich nannten	75%				
Durchschnittliche Nennungen	3,3				
Thema	vorhanden	nicht vorhanden	Imageverlust bei Väterkarenz	Respekt für Väterkarenz	UN-seitig fördern
Werteverständnis bzgl Karenz	47%	20%			
Kollegialität	4%		7%	2%	4%
Thema	genannt	befürchtet	nicht zutreffend		
Finanzielle Einbußen		35%			
Jobverlust		9%	2%		
Thema	genannt	vorhanden	nicht vorhanden	negativ	gewünscht
Väterkarenz seitens AN nicht angefragt	16%				
Väterkarenz seitens AG nicht unterstützt	4%				
Traditionelles Familienbild	53%				
Traditionelle Führungsebene	42%				
Öffentliche Darstellung der Väterkarenz in Vorarlberg			11%	5%	
Ältere Generation sucht Erfüllung in Arbeit	2%				
Ein Umdenken findet bereits statt - Frage der Zeit	15%				2%
Kinderbetreuung als Knackpunkt	47%				

Abb. 22

7. Kommentare

Kommentare, die entweder online oder im Gespräch (Telefonat oder persönlich) gegeben wurden und nicht in Schlagworte zusammengefasst werden konnten, sind hier wörtlich zitiert. Die Kommentare enthalten Wünsche, Ideen und Anregungen der Teilnehmenden. Sie sind nicht nach Wichtigkeit gerankt, sondern chronologisch aufgeführt.

- Idee: [Unternehmen kann] statt Gehaltserhöhung die KIBE bezahlen, dann bleibt dem Mitarbeiter unterm Strich mehr Geld übrig und das Unternehmen kann es aus einem anderen Topf finanzieren
- Kinderbetreuung: Praxisbeispiel – 10 fixe Plätze in Kinderbetreuung in der Nähe des Unternehmens gebucht und Mitarbeitern so die Möglichkeit gegeben, auch kurzfristig in Ausnahmefällen die Kinder unterzubringen – eine tolle Lösung den Sommer über, da diese Kinderbetreuung auch ganzjährig geöffnet ist
- Gesetzgebung bzgl. Stunden beim Wiedereinstieg ist überdenkenswert
- Rechtlicher Anspruch auf Reduzierung der Arbeitszeit auf 75% (Männer, sowie Frauen). Damit können beide das „Niveau“ und die Karriere halten. In Schweden gibt es dieses Modell z.B. bis zum 8. Lebensjahr des Kindes und es nehmen 8/10 in Anspruch.
- Unternehmens-Preis ausschreiben: Inhalte und Ziel wählen, das Gelder und Ansehen des Unternehmens anspricht – Themen, bei denen jedes Unternehmen führend und beliebt sein will und dieses an Bedingungen knüpfen wie z.B. Teilzeit für qualifizierte Frauen, Diversity Kriterien
- Mehrere Kandidatinnen tun sich zusammen und bewerben sich auf eine Vollzeitstelle
- Männer positiv ermutigen, ihren Elternpflichten nachzukommen (aktiv fördern!), um einen gesellschaftlichen Wandel (in den Köpfen aller) zu forcieren. Positiv ermutigen, dass Männer diese Chance ergreifen – Karenzzeiten belohnen (extra Tag Urlaub dazu) – als Unternehmen gesellschaftlichen Wandel fördern, mit Slogans wie „Halbe/Halbe“ oder das einfach auch vorleben
- Bewusstsein schaffen, dass eine gelebte Work-Life-Balance für den Arbeitgeber und den Arbeitnehmer wichtig ist
- Pensions-Splitting ist noch nicht wirklich bekannt und könnte von den Firmen mehr besprochen werden
- Kinderbetreuung könnte ein Ansatzpunkt sein. Kinderbetreuung als Service ansehen, der privat angeboten wird und von „außen“ subventioniert wird. Sei es durch Arbeitskraft, Örtlichkeiten, Administration, Gelder, etc.. Z.B. könnte das Land zusammen mit Bauträgern nach leer

stehenden Räumlichkeiten sehen, die zur Verfügung gestellt werden könnten, statt leer zu stehen.

- Es kommen ca. 10 Befragungen in der Woche. Es wäre schön, wenn sie von einer Stelle strukturiert werden könnten. Da passiert es, dass interessante Dinge untergehen, weil die Flut an Umfragen zu groß ist.
- Es kann nicht wirklich immer zwischen Männer und Frauen unterschieden werden, da das eine das andere oftmals bedingt. Diese Art der Befragung mag vielleicht manchen abschrecken, da es im Denken der Personen direkt in eine Schublade geschoben wird (aggressiver Feminismus)
- Vorarlberg ist dem Gefühl nach 30 Jahre hinter Bayern (und Bayern ist nicht das innovativste Bundesland) bzgl. Festhalten an traditionellen Werten bzw. Weigern, diese aufzubrechen.
- Kooperation mit den Firmen könnte angestrebt werden, um eine Anstellung zu erproben (Probeverträge vereinbaren), die in eine Festanstellung übergehen können [Anmerkung ABZ*AUSTRIA: dies hat nicht unbedingt mit KarenzAktiv zu tun, aber war dem Gesprächspartner ein großes Anliegen]
- Es ist ein wichtiges Signal, wenn Wirtschaftskammer und Arbeiterkammer zusammen etwas entwickeln und publizieren können. Bislang ist es immer strikt getrennt und wird auch sehr polarisierend wahrgenommen.
- Ein wichtiger Punkt ist das Positionieren der Kinderphase – es bedeutet nur eine Phase im Erwerbsleben der Frau und diese Phase ist begrenzt. Wünschenswert ist eine Bewusstseinsbildung, dass die Kinderphase nicht bedeuten muss, dass die Erwerbskarriere für die Frau vorbei ist, sondern dass die Frauen, die aus der Karenz wiederkommen, sich wieder sichtbar machen und sich zur Expertin, Spezialistin entwickeln können. Auch in Teilzeit und mit besonderen Arbeitszeitmodellen als Führungsposition. Diese Haltung zu entwickeln ist extrem wichtig, im Besonderen auch mit Hinblick auf die Pension. Es ist gefährlich, sich auf den Mann als Ernährer zu verlassen, da auch er seinen Job verlieren kann, eine Trennung anstehen könnte, ...
- Nachteile bei Teilzeit sollte keine negative Auswirkung auf die Pension haben. Betreuung der Kinder ist ein wertvoller Beitrag zur Gesellschaft.
- Kündigungsschutz bis zum 7. Lebensjahr des Kindes ist zu überdenken, da, wenn das Verhältnis nicht passt, die Mitarbeiter sich zurücklehnen können und eine Auflösung fast unmöglich ist. Ab 3 Jahren ist zumutbar, dass ein Kind in die Betreuung gebracht wird, daher ist der Kündigungsschutz dann auch nicht mehr nötig.
- Möglichkeit, alle Informationen an einem Punkt zu bekommen, fehlt einfach. Die Selbstinformation ist zu hoch und am Ende hat man doch nicht alle Informationen. Viele

Informationen kommen durch Mundpropaganda zufällig zu einem, es fehlt eine klare Aufklärung.

- Eine Karenzzeit oder Elternteilzeit ist zwar aus gesellschaftlicher und entwicklungspsychologischer Sicht wünschenswert, muss aber auch nicht dermaßen forciert werden, dass Väter „genötigt“ werden, um einer Statistik genüge zu tun.
- In vielen Unternehmen ist ein guter Arbeitnehmer ein Arbeitnehmer, der viele Stunden im Büro ist (auch wenn er nur absitzt und im Internet surft) – diese Haltung muss aus den Köpfen der Führungskräfte verschwinden.
- Der extrem hohe Schutz der Wiedereinsteigerinnen bzw. die starke, gesetzlich abgesicherte Position kann im Einzelfall ins Negative kippen. D.h. Unternehmen überlegen sich, junge Frauen einzustellen, weil sie die individuellen Wünsche der Frauen nach Karenzrückkehr nicht erfüllen können, aber dazu verpflichtet sind, d.h. aus einer vermeintlichen Stärkung der Frauen wird eine Falle der Nicht-Anstellung und Bevorzugung der Männer.
- Eine allgemeine Aufklärung von offizieller Seite fehlt
 - Welche Möglichkeiten haben Männer und Frauen zu dem Thema?
 - Was für eine Bedeutung hat eine lange Erwerbsunterbrechung?
 - Was bedeutet das für die Pension?
 - Was bedeutet Teilzeit für die Pension?
 - Altersarmut?
 - Aufbrechen von Bildern?
 - Konsequenzen aufzeigen
 - Tabus aufheben / Vielfalt leben
 - Image-Kampagnen schaffen
 - Finger auf andere zeigen = Realität
- Rahmenbedingungen rund um Karenz und Elternteilzeit nochmals überdenken. 12h ist schon ein Schritt, aber immer noch zu wenig – eine Erhöhung könnte nochmals überlegenswert sein.
- Für die Kinderbetreuung Geld in die Hand nehmen, um auch den Eltern ein gutes Gefühl zu geben, wenn die Kinder in der Betreuung sind. Fehlende Ferienbetreuung hat Auswirkung auf die gesamte Arbeits- und Jahresgestaltung
- Familienzeitbonus in der derzeitigen Form ist absolut unattraktiv, insbesondere wenn dieser mit einer späteren Väterkarenz kombiniert wird. Es stellt sich eher die Frage des entweder/oder. Die Kombination wäre aber der Idealfall für die Familien. Gerade nach der Geburt wären ein Familienzeitbonus zur Unterstützung der Frau und eine spätere Karenzzeit, wenn das Kind diese auch aktiv erlebt, sinnvoll. Noch ausführlichere Beratungen über Leistungen der Sozialpartner bzw. auch Hinweise auf Verknüpfungsmöglichkeiten wie z.B. einer Bildungskarenz im Anschluss / während der Teilzeit. Maßnahmen / Programme / Veranstaltungen etc. sind so gut wie immer nur auf die Ansprache von Frauen ausgerichtet. Väterkarenz wird zwar oft angesprochen, es bleibt aber beim „Man(n) sollte doch ...“

- Für Frauen in Führungspositionen, deren Männer weniger verdienen, kann eine Karenz der Mutter (gedeckelt mit 2.000 EUR) zu finanziellen Engpässen führen. Da neben der Karenz nur geringfügig dazu verdient werden darf, kann dieser Gehaltsentfall kaum ausgeglichen werden. Option 1) direkt nach dem Mutterschutz wieder mind. 60-80% arbeiten gehen (wenn Kinderbetreuung möglich). Option 2) Vater geht in Karenz (wenn mit Kind vereinbar, Stichwort: stillen) -> Wunsch: Deckelung des KBG aufheben, um auch Frauen, die gut verdienen, eine stressfreie Karenz zu ermöglichen

8. Glossar

Schlagwort	–	Überschrift, unter der verschiedene Themen zusammengefasst werden konnten
Thema	–	Unterpunkt des Schlagwortes, das inhaltlich zum Schlagwort passt
Nennung	–	als Nennung wird eine Aussage, passend zum Thema gezählt

Abkürzungen

MA – Mitarbeiter*in
UN – Unternehmen
AN – Arbeitnehmer*in
AG – Arbeitgeber*in
KA – Karenz
WE – Wiedereinstieg
AP – Arbeitsplatz
AZ – Arbeitszeit
TZ – Teilzeit
ETZ – Elternteilzeit
KIBE – Kinderbetreuung
n/a – not available

9. Kontakt

Kontakt bei Fragen zur Umfrage:

Erika Edler	erika.edler@abzaustria.at
Angelika Weiss	angelika.weiss@abzaustria.at