



## Familienfreundlichkeit erfolgreich kommunizieren

### Familienfreundliche Kommunikation in Unternehmen und Betrieben

Aktualisierte  
Auflage 2023

Betriebliches Familienbewusstsein erfolgreich nach außen und innen zu kommunizieren bringt für Unternehmen und Betriebe aller Branchen und Größen konkrete Vorteile. Es erleichtert die Gewinnung von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Aber auch die Bindung der bereits betriebszugehörigen Beschäftigten wird deutlich gestärkt. Bei der nach außen gerichteten Kommunikation sollte auch die Wirkung auf Kunden, Lieferanten und, je nach Branche, auch andere Anspruchsgruppen (z. B. Politik, Umweltschutz etc.) mitgedacht werden. Ein stimmiges internes und externes Personalmarketing zum Thema Vereinbarkeit, also der Vermarktung von betrieblichem Familienbewusstsein, kann so als ein entscheidender Wettbewerbsvorteil genutzt werden.

Wesentlich ist, sowohl den eigenen als auch potentiellen Beschäftigten eindeutig aufzuzeigen, welche Unterstützungsangebote das Unternehmen oder der Betrieb für eine Vereinbarkeit von Familie/Privatleben und Beruf konkret anbietet.

- Ein durchdachtes Personalmarketing bewährt sich für alle Unternehmen und Betriebe. Gerade für kleinere Betriebe sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) empfiehlt es sich jedoch, die Vorteile klar herauszustellen, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Aufgrund der meist kurzen Wege und „familiären“ Arbeitsatmosphäre ist in diesen Betrieben die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf häufig schon eine lang gelebte Selbstverständlichkeit. Zusätzlich können KMUs häufig aufgrund der Unternehmensgröße individuelle und schnelle Lösungen zur Vereinbarkeit anbieten. Diese Stärke sollte prominent beworben werden.
- Ein Unternehmensimage, das im Hinblick auf die Familienfreundlichkeit nach innen und außen stimmig ist, punktet gerade auch über Empfehlungen der eigenen Beschäftigten. Mund-zu-Mund-Propaganda und die Netzwerke der eigenen Beschäftigten unterstützen die Kommunikationsstrategie. Sie sind erfahrungsgemäß ein besonders überzeugendes Argument für die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Machen Sie daher Ihre Beschäftigten und deren Angehörige, Freunde und Bekannte zu „BotschafterInnen“ Ihres Betriebes!
- „Tue Gutes und sprich darüber!“ – nur wer erfolgreich auf sich aufmerksam macht, hat gute Chancen, die richtigen Beschäftigten für sich zu gewinnen. Und wer seine Beschäftigten und deren Know-how lange an sich binden möchte, sollte die positive Wirkung seiner familienfreundlichen Angebote nutzen und Wert auf die interne Darstellung legen.

Eine Initiative von:



Bayerische  
Staatsregierung



Industrie- und Handelskammern  
in Bayern



Die bayerische  
Wirtschaft



BAYERISCHER  
HANDWERKSTAG

# Was Sie für die Umsetzung benötigen

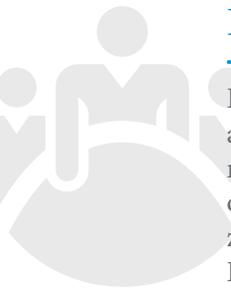
---

Für eine gut gelingende und zielführende Kommunikation des betrieblichen Familienbewusstseins, können Unternehmen und Betriebe, Maßnahmen und Lösungen auf verschiedenen Ebenen ergreifen. Sowohl für die interne als auch die externe Kommunikation gibt es eine Vielzahl an Handlungsoptionen.

---

## Interne Kommunikation:

---



Die Palette interner Kommunikationswege ist groß. Machen Sie daher die Information niedrigschwellig für alle Beschäftigten zugänglich. Neben den „Klassikern“ wie Mitarbeiterzeitung, Newsletter, Mitarbeiter-App, regelmäßigen Teamsitzungen und dem Intranet bzw. dem „schwarzen Brett“, können auch Betriebsversammlungen oder Mitarbeiter-Jahresgespräche genutzt werden, um die Beschäftigten über die familienfreundlichen Angebote zu informieren. Auch im Bewerbungsgespräch empfiehlt es sich, auf die gute Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf im Unternehmen oder Betrieb hinzuweisen. Mögliche Flyer oder Broschüren zu diesem Thema können in einer Begrüßungsmappe mitgegeben werden.

Je nach Größe des Betriebes kann es auch eine Betriebszeitung sein, die Beschäftigte in ihrer Elternzeit weiter erhalten, oder das Intranet, das auch von Zuhause aus genutzt werden kann. Persönliche Kontakte sind die einfachste Möglichkeit, wichtige Informationen auszutauschen. Manche Unternehmen und Betriebe bieten daher auch regelmäßig einen „Familiennachmittag“ an, zu dem Beschäftigte in Elternzeit kommen können.

Fördern Sie auch die „Hilfe zur Selbsthilfe“ und bieten Sie **Seminare/Workshops/Infoveranstaltungen** zu Vereinbarkeitsthemen, z. B. zu Elternzeit und Elterngeld, zu Pflgethemen oder für spezielle Zielgruppen immer **auch für Familienmitglieder und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Elternzeit** an. Prüfen Sie dabei regionale Angebote Ihrer Innung, der Agentur für Arbeit, Ihrer Kammer, Ihres Verbands etc.

Eine Ansprechperson für „work-life-balance“ zu benennen, kann je nach Größe des Unternehmens oder des Betriebs ebenfalls hilfreich sein. Als Schnittstelle zwischen Berufs- und Privatleben werden hier Lösungsmöglichkeiten für familienfreundliche Arbeitszeitgestaltung und -organisation, unter Berücksichtigung der weiteren Karrierewünsche der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, besprochen und geplant. So wird die individuelle Situation der Beschäftigten berücksichtigt und das Unternehmen oder der Betrieb erhält Einblick in die Bedarfe der Beschäftigten.

Der Kreativität, wie, wo und wann das Thema im Unternehmen oder Betrieb platziert wird, sind daher kaum Grenzen gesetzt. Folgendes hat sich jedoch bewährt:

- Die gewählte Form der Kommunikation sollte authentisch sein, also zur Unternehmens- beziehungsweise zur Betriebskultur passen. Dies ist für jedes Unternehmen und jeden Betrieb individuell unterschiedlich.
- Maßnahmen, die das Unternehmen oder der Betrieb für eine bessere Vereinbarkeit verabschiedet hat, sollten konkret angesprochen und mit echten Beispielen belegt werden. Sehr greifbar wird das Thema Vereinbarkeit für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter etwa durch das Angebot einer internen Kinderbetreuung an bestimmten Tagen (z. B. Buß- und Betttag), bei einem Tag der offenen Tür oder einem betrieblichen Sommerfest, bei dem die ganze Familie eingeladen ist.
- Es empfiehlt sich, die Themen zielgruppenspezifisch und über verschiedene Kanäle aufzubereiten, damit diese die Adressaten auch wirklich erreichen. Nicht alle Medien und Informationen erreichen die unterschiedlichen Zielgruppen gleichermaßen: In der Verwaltung wird anders kommuniziert als im Handwerk, im Krankenhaus anders als im Gastgewerbe. So nutzt der beste Newsletter nichts, wenn er nur von einem Teil der Belegschaft gelesen werden kann oder wird, und ein Aushang ist sinnlos, wenn sich kaum einer der Mitarbeitenden im Verwaltungsgebäude aufhält. In manchen Betrieben haben sich kleine Mappen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Informationsmaterial rund um die Vereinbarkeit, Elternzeit und Elterngeld bewährt, in anderen eine Informationsveranstaltung für werdende Eltern. Für wieder andere, ist ein persönlicher Ansprechpartner für Vereinbarkeitsfragen die richtige Wahl.

Neben der allgemeinen internen Kommunikation für Beschäftigte spielt die Beteiligung und Sensibilisierung der Führungskräfte eine wichtige Rolle für das Gelingen der Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf. So sollten Führungskräfte bzw. die Betriebsleitung von Anfang an mit in das Thema eingebunden werden, indem sie aktiv ihre Vorstellungen einbringen und diese auch öffentlich vor ihren Beschäftigten vertreten. Führungskräfte haben

eine wichtige Vorbildfunktion, benötigen aber dafür manchmal selbst Hilfestellung, um den (wirtschaftlichen) Nutzen der Vereinbarkeitsthematik nachvollziehen bzw. belegen zu können:

Dabei müssen sie ausreichend Kenntnisse zur Umsetzung von Vereinbarkeitsthemen im Unternehmen oder Betrieb an der Hand haben. Je nach Unternehmens- oder Betriebsgröße bietet es sich an, Informationsmaterialien (z. B. zu Vereinbarkeitsmaßnahmen oder Zahlen zum wirtschaftlichen Nutzen) besonders für Führungskräfte zu erstellen oder eine feste Ansprechperson für sie zu Vereinbarkeitsthemen zu ernennen. Ebenso kann man einen gegenseitigen Austausch (Workshop, Arbeitsessen etc.) für Führungskräfte organisieren. Hier ergibt sich die Möglichkeit, sich über ein Führungsleitbild oder die offene Ansprache familienrelevanter Themen im Unternehmen gemeinsam Gedanken zu machen und auszutauschen.

Um die **Verankerung der Familienfreundlichkeit in der Unternehmens- und Führungskultur** zu verdeutlichen, ist die Verschriftlichung der Familienfreundlichkeit in einem **Leitbild** hilfreich. Auch sollten **Mitarbeitergespräche Work-Life-Balance als Pflichtthema** enthalten und **Führungskräfte** in ihrer Rolle **als Vorbild und Rolemodels** agieren, z. B. durch Führen in (vollzeitnaher) Teilzeit oder im Jobsharing.

Die nach außen gerichtete Kommunikation sollte mit der internen Kommunikation zusammenspielen. Es hat sich bewährt, dabei folgendes zu beachten:

---

## Externe Kommunikation:

---

- Eine familienbewusste Unternehmens- oder Betriebskultur sollte zuerst nach innen kommuniziert und gelebt werden, bevor sie nach außen getragen werden kann.
- Es sollte geprüft werden, welche Zielgruppe genau angesprochen werden soll (potenzielle Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter, Kunden etc.) und welcher Kanal dazu am besten geeignet ist.
- Hinsichtlich einer überzeugenden und glaubwürdigen Außendarstellung, sollten zum jeweiligen Unternehmen oder Betrieb passende und geeignete Kommunikationsmaßnahmen gewählt werden, wie z. B.:
  - Der Einsatz von „O-Tönen“ unternehmenseigener Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter auf der Internetseite. So kann z. B. ein Vater über seine Elternzeit berichten oder eine weibliche Führungskraft, wie sie durch eine bedarfsorientierte Arbeitszeitflexibilisierung und mobiles Arbeiten ihre Position ausübt.
  - Im Rahmen von PR-Maßnahmen kann auch die Veröffentlichung fachlicher (Kurz-)Beiträge in ausgewählten branchenspezifischen Fachzeitschriften oder sozialen Medien (Facebook, LinkedIn, Xing etc.) ein Instrument darstellen. Auch ein Beitrag im Radio oder ein Kurzvortrag auf Jobmessen, bieten sich als Möglichkeiten an.
  - Einfach umzusetzen und trotzdem wirkungsvoll ist auch das Platzieren von Logos aus Zertifizierungen, Auszeichnungen und Auditierungen zum Thema Vereinbarkeit. Diese können z. B. auf der firmeneigenen Webseite, in Stellenanzeigen, Werbematerialien oder in der E-Mail-Signatur und Briefköpfen eingebunden werden.
  - Für das Recruiting von Auszubildenden bewährt sich die direkte Ansprache von neuen Bewerberinnen und Bewerbern durch Partnerschaften mit Schulen und Berufsschulen, die auch das Angebot des Unternehmens oder des Betriebs sichtbar machen. Denken Sie dabei immer daran, Eltern und Lehrerinnen und Lehrer miteinzubeziehen. Viele Jugendliche sind unentschlossen oder wissen schlichtweg überhaupt nicht, was sie nach der Schule machen wollen. Der Rat von Lehrerinnen, Lehrern und insbesondere auch von den Eltern spielt hier eine große Rolle. Sorgen Sie daher dafür, dass diese Zielgruppe einen positiven Eindruck von Ihrem Betrieb gewinnt, etwa durch persönliche Kontakte oder positive Medienberichte, zum Beispiel den Gewinn von Wettbewerben, Ausbildungspreisen oder Ähnlichem. Auch sind die Teilnahme an Boys oder Girls Days, Berufsorientierungstage oder auch die Auftritte auf einschlägigen Fach- bzw. Ausbildungsmessen geeignet, um sich gezielt zu präsentieren. Und ganz wichtig gerade für die junge Generation ist die Nutzung von Internet und Social Media. Social-Media-Kanäle wie WhatsApp, YouTube, Instagram oder Tiktok können sinnvoll sein, vor allem wenn sie die Kommunikation von Jugendlichen mit Azubis in Ihrem Unternehmen ermöglichen.

Konkrete Tipps zur Umsetzung finden Sie auch in unserer To-do-Liste.

## Unser Beispiel aus der Praxis – UWT GmbH

Aus der Teilnahme an dem Projekt „Mit ElternKOMPETENZ gewinnen“ ergab sich für uns, die UWT GmbH, einen der weltweit führenden Hersteller von Messtechnologie, das Umsetzungsziel, die Darstellung der Familienfreundlichkeit bei UWT sowohl intern wie auch extern zu stärken. Wir hatten bereits viele tolle Angebote für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Programm. Diese waren jedoch nicht allen Beschäftigten bekannt und auch für externe Interessentinnen und Interessenten nicht ersichtlich.

In einem kleinen Projektteam (Marketing, HR und Geschäftsleitung) definierten wir zunächst, an welchen Stellen wir dieses Thema präsentieren und Informationen dazu verbreiten. Zum einen wurde entschieden, Familienfreundlichkeit auf unserer Homepage mit aufzunehmen. Hier können sich Bewerberinnen und Bewerber und andere, am Unternehmen interessierte Personen, über unsere grundlegende Haltung zu dem Thema informieren und unsere internen Angebote einsehen. Zum anderen präsentieren wir hier auch die Logos und damit verbunden unser Engagement im Rahmen des „Familienpakt Bayern“ und des Unternehmensnetzwerks „Erfolgsfaktor Familie“.

Viele unserer Bewerberinnen und Bewerber nehmen die Familienfreundlichkeit von UWT stark wahr und nennen dies auch oft als einen der Gründe, weshalb sie sich für unser Unternehmen interessieren – und das obwohl sie (noch) nicht bei uns arbeiten. Dies zeigt, dass eine gezielte Präsentation und Kommunikation zu dem Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf enorm wichtig ist und uns bei der Gewinnung von qualifizierten Fachkräften unterstützt.

Darüber hinaus stellen wir intern auf unserem Laufwerk relevante Informationen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Verfügung. So finden unsere Eltern bei Bedarf alles Wissenswerte zu „Familie und UWT“ an einem zentralen Speicherort.



*„Natürlich werden unsere Aktionen und Maßnahmen im Rahmen der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf regelmäßig über kurze Newsbeiträge auf der Homepage oder Facebook sowie durch interne Rundmails an die Belegschaft geteilt.“*

Katharina Thums,  
UWT GmbH



### Unsere Tipps

Welchen Stellenwert die familienfreundliche Kommunikation im Unternehmen in Zeiten der Pandemie hatte und warum sie ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei der Bewältigung der Herausforderungen war, lesen Sie in unserer Broschüre [„Familienfreundlichkeit im Wandel: Neue Impulse aus der Corona-Zeit“](#).

## Literatur- und Linktipps

- BMFSFJ: [Checkheft familienorientierte Personalpolitik für kleine und mittlere Unternehmen](#), 1. Auflage, 2015.
- BMFSFJ: [Familienfreundlichkeit – Erfolgsfaktor für Arbeitgeberattraktivität](#), 1. Auflage, Juli 2010
- Prognos AG im Auftrag des BMFSFJ: [Neue Chancen für Vereinbarkeit! Wie Unternehmen und Familien der Corona-Krise begegnen](#), Sept. 2020
- Erfolgsfaktor Familie im Auftrag des BMFSFJ: [Beruf und Familie im Unternehmen zum Thema machen](#), Juni 2019

## Die Servicestelle ...



... ist **Ansprechpartnerin** für Fragen zu Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Bayern.

... **bietet Erstberatung** für bayerische Unternehmen zur Gestaltung einer familienfreundlichen Arbeitswelt.



... **stellt Informationen** rund um das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ bereit.

... **schafft eine Plattform** zum Erfahrungsaustausch für Unternehmen, Initiativen und weitere beteiligte Akteure.



... führt themenspezifische **Informationsveranstaltungen** und **Workshops** mit hohem Praxisbezug durch.

### Wir beraten Sie gern!

Servicestelle Familienpakt Bayern  
Bernhard-Wicki-Straße 8  
80636 München  
Tel.: 089/5790-6280  
E-Mail: [servicestelle@familienpakt-bayern.de](mailto:servicestelle@familienpakt-bayern.de)  
Internet: [www.familienpakt-bayern.de](http://www.familienpakt-bayern.de)



 Servicestelle  
Familienpakt Bayern

#### Verwendete Literatur:

BMFSFJ: Beruf und Familie zum Thema machen, Kompendium für eine praxisorientierte interne Kommunikation zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, 3. Auflage, 2016.

BMFSFJ: Mit Familienfreundlichkeit Personal gewinnen – Leitfaden für Personalmarketing mit dem Erfolgsfaktor Familie, 2. Auflage, Nov. 2016.

#### Bildnachweis:

Seite 1: Freepik.com (gpointstudio)

#### Impressum:

Herausgeber, Bezugsquelle und Redaktion:  
Servicestelle Familienpakt Bayern  
Bernhard-Wicki-Straße 8  
80636 München  
Telefon +49 89 5790-6280  
E-Mail: [servicestelle@familienpakt-bayern.de](mailto:servicestelle@familienpakt-bayern.de)  
Internet: [www.familienpakt-bayern.de](http://www.familienpakt-bayern.de)

#### Stand:

Februar 2023 (aktualisierte Auflage)

#### Gestaltung:

Schölzel, Möhring GmbH, Frankfurt am Main



[www.familienpakt-bayern.de](http://www.familienpakt-bayern.de)