

## Kinderbetreuung: o2 und Michelin fanden passende Lösungen

Pressemitteilung von: **eoscript Public Relations**

Datum: **18.08.2008 – 10:21 Uhr**

Rubrik: **Wirtschaft**



(fair-NEWS) – Wer Top-Arbeitgeber sein will, muss heute mehr bieten als gutes Geld. Kinderbetreuung steht weit oben auf der Wunschliste von Belegschaften und Job-Suchern und ist Aushängeschild familienfreundlicher Betriebe. Der Telekommunikationsanbieter o2 in München und der Reifenhersteller Michelin machten sich auf den Weg und realisierten unterschiedliche Kinderbetreuungs-lösungen.

Stuttgart (eos) – Lachen schallt über den Hof, bunte Wände weisen ein Kinderdomizil aus: Immer mehr deutsche Unternehmen bieten ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Betreuung ihres Nachwuchses an. Damit gelingt es ihnen, teure Elternzeiten zu reduzieren, Fachwissen im Unternehmen zu halten, ihr Image als Arbeitgeber aufzupolieren und sich im Wettbewerb um die klügsten Köpfe weit vorne zu positionieren. Doch der Weg zum Kinderbetreuungsangebot ist nicht immer einfach und gestaltete sich in jedem Unternehmen anders. Dr. Astrid Kurth, Diversity Managerin beim Reifenhersteller Michelin in Karlsruhe, sagt: "Die meisten Führungskräfte sind Männer, deren Frauen Zuhause Kinder und Haushalt übernehmen. Die sehen die Notwendigkeit ganztägiger Kinderbetreuung und einer Versorgung für unter Dreijährige zunächst gar nicht." Bernd Meierhof Betriebsratsvorsitzender bei Telefonica o2 Germany und Initiator der unternehmenseigenen Kinderkrippe "Bubble-Bande" machte eine ähnliche Erfahrung: "Das Rollenverständnis im Topmanagement war traditionell geprägt. Für die Einrichtung einer Kinderkrippe konnte die Geschäftsführung nur mit viel Überzeugungskraft, aber dann voll und ganz, gewonnen werden."

Betriebswirtschaftliche Rechnung aufmachen

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht jedoch, stellt sich das Thema heute anders da. Fachkräfte sind rar auf dem Markt und Unternehmen müssen häufig mehr bieten, als gutes Geld um qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und sie im Unternehmen zu halten. "Früher waren Frauen, die Kinder bekamen, auf jeden Fall für drei Jahre, oft sogar für immer raus aus den Unternehmen. Das ist ein betriebswirtschaftlich unvernünftiger und auch sinnloser Aderlass", findet Meierhof. "In unserer Münchner Zentrale haben wir ca. 3500 Beschäftigte, nahe 40 Prozent von ihnen weiblich. Der Altersdurchschnitt lag, als wir erstmals über die Krippe nachdachten, bei 31 Jahren. Das ist das Alter, in dem die großteils akademisch gebildeten Frauen Kinder bekommen." Die Schwangerschaften mehrten sich tatsächlich, machten die Brisanz des Themas deutlich und verschafften Meierhofs Plänen Gehör. Bei Michelin stellten die klare Aussage der französischen

Zentrale für Kinderbetreuung und das Audit beruf und familie, dessen Grundzertifikat Michelin 2006 erwarb, die Weichen. Mit dem Audit hatte sich das Unternehmen auch zu Kinderbetreuungsmaßnahmen bekannt, die es jetzt umzusetzen galt. Bedarf gibt es vor allem in der Karlsruher Zentrale mit 2.000 Beschäftigten, wo Marketing und Vertrieb angesiedelt sind, Bereiche, die einen hohen Frauenanteil aufweisen.

Dienstleister findet passende Lösung für Michelin

Wenn der Beschluss für Kinderbetreuung gefallen ist, kommen die Fragen einer geeigneten Umsetzung auf die Betriebe zu. "Plötzlich steht ein Paragraphenwust vor einem", erinnert sich Kurth. "Wer sich alleine durchbeißen will, braucht unglaublich viel Zeit. Wir haben daher die Konzept-e für Bildung und Soziales aus Stuttgart zu Rate gezogen. Ohne diese Unterstützung hätten wir das nicht hinbekommen." Die Lösung, die das Beratungsunternehmen umsetzte, lautete: Neubau eines Kinderhauses in Kooperation mit der Stadt Karlsruhe. Es entstand eine unternehmensnahe aber öffentliche Einrichtung, die "Gummi-Bärchen", an deren Errichtung sich Michelin finanziell beteiligte. Im Gegenzug erhielt das Unternehmen acht Belegplätze in dem ganztags geöffneten Haus, das Kinder ab sechs Monaten aufnimmt. Träger ist der Verein Kind und Beruf, ein Zusammenschluss von Unternehmen, in dem Michelin ebenfalls Mitglied ist.

o2: Businessplan erstellt und auf Trägersuche gegangen

Der o2-Betriebsrat dagegen arbeitete sich in das Thema Kinderbetreuung umfassend ein, durchreiste die Republik, besuchte Einrichtungen anderer Firmen und erstellte schließlich einen eigenen Business-Plan für das Kinderbetreuungs-Vorhaben. Der sah die Errichtung eines Krippen-Neubaus auf einem Grundstück, nahe dem Firmengelände, vor. Bei der Wahl des Trägers, des Kind und Beruf e.V., gab die innovative Pädagogik letztlich den Ausschlag. "Wir hatten unsere eigenen Vorstellungen, die dem zukunftsweisenden Kinderhauskonzept der gemeinnützigen Konzept-e für Kindertagesstätten, die die Einrichtung im Auftrag des Vereins leitet, sehr nahe kamen", sagt Meierhof. "Die Krippe ist ein wichtiger Image-Faktor für unser Unternehmen, daher legen wir auf Professionalität großen Wert."

Ansturm auf Betreuungsangebot

Die Krippe in München und das Kinderhaus in Karlsruhe kommen gut an: "Ein Mitarbeiter wollte schon einen Platz für ein noch nicht gezeugtes Kind reservieren", lacht Kurth. Abwegig sei das jedoch nicht, denn das Angebot von acht Plätzen deckte die Nachfrage nicht. "Das Angebot war aus dem Stand heraus ausgebucht. Wir überlegen bereits, weitere Plätze zuzukaufen." Auch die Bubble-Bande, die Anfang 2008 nach zwei Jahren intensiver Vorarbeit ihren Betrieb aufnahm, sei mit 36 Plätzen eher zu klein dimensioniert, befürchtet Meierhof, der gerne gleich 80 Plätze geschaffen hätte.

Trotzdem werden die Betriebe ihr Betreuungsengagement immer wieder auf den Prüfstand stellen. "Wir brauchen daher Zahlen, die den Erfolg nachvollziehbar machen", erklärt Kurth, die an einem entsprechenden Werk für ihr Unternehmen arbeitet und anderen Betrieben rät, auch bei ihrem Kinderbetreuungsengagement auf Messbarkeit zu achten und Indikatoren aufzubauen, die belastbare Daten liefern.

• Homepage: [www.kind-dachverband.de](http://www.kind-dachverband.de)

#### • **Kontakt**

eoscript Public Relations  
Kaiserstuhlweg 3  
70469 Stuttgart  
Deutschland  
Telefon: 0711-5530946

#### • **Pressekontakt**

eoscript Public Relations  
Eike Ostendorf-Servissoglou  
Kaiserstuhlweg 3  
70469 Stuttgart

Tel.: 0711– 5530946  
Mobil: 0172–7032745  
E-Mail: eos@eoscript.de

• **Unternehmensinfo**

Konzept–e für Bildung und Soziales GmbH

Die Konzept–e für Bildung und Soziales GmbH ist 2004 aus der 1988 gegründeten Konzept Unternehmensberatung hervorgegangen und ist Consultant für betriebliche Fragestellungen. In den letzten Jahren spezialisierte sich Konzept–e auf die Beratung von Unternehmen zu Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern. Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt auf Konzepten für betriebliche und betriebsnahe Kindertagesstätten.

Die zur Konzept–e für Bildung und Soziales GmbH gehörende Konzept–e für Kindertagesstätten gGmbH leitet heute 15 Kinderhäuser im gesamten süddeutschen Raum. Die Mehrzahl der Einrichtungen wird von Unternehmen getragen, die sich zu Vereinen zusammengeschlossen haben.

Konzept–e übernahm die Vereinsgeschäftsführung des Kind e.V., des Kind und Beruf e.V. sowie die Geschäftsführung des Kind e.V. Dachverbandes ([www.kind-dachverband.de](http://www.kind-dachverband.de)).

Gemeinsam mit dem Kind e.V. Dachverband und der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH führt Konzept–e den jährlich in Stuttgart stattfindenden Kongress für Betreuung und Bildung "Invest in Future" ([www.invest-in-future.de](http://www.invest-in-future.de)) durch. Das Symposium wendet sich an Unternehmen, Träger sowie die öffentliche Hand und diskutiert Betreuungs– und Bildungsthemen aus pädagogischer, sozialer und wirtschaftlicher Sicht.

---

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/ur55>