

A decorative graphic consisting of several overlapping grey rectangles of varying heights and widths, creating a stepped effect. A dark grey horizontal bar is superimposed over the middle of these rectangles.

# Ergebnisse der formativen Evaluation des Modellprojektes Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“

Im Auftrag des  
Ministeriums für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie  
des Landes Brandenburgs



EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Sozialfonds



LAND  
BRANDENBURG  
Ministerium für Arbeit, Soziales,  
Frauen und Familie

Europäischer Sozialfonds – Investition in Ihre Zukunft

Dieser Bericht wird durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie (MASF) aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg gefördert. Er wurde im Auftrag des Landes Brandenburg, vertreten durch das MASF, im Rahmen des Projektes „Erarbeitung einer Evaluation der Fördermaßnahme Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“ erstellt.

Die Aufgabestellung wurde vom MASF vorgegeben.

Das MASF hat die Inhalte des Berichtes nicht beeinflusst.

Berlin, den 18. November 2009

**Gesellschaft für Innovationsforschung  
und Beratung mbH**

Prof. Dr. Carsten Becker

Stefan Herzog

Dr. Nikola Ornig

## Inhalt

<b>ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	<b>I</b>
1. Hintergrund und Fragestellung der Evaluation .....	1
2. Vorgehen der Evaluation .....	2
2.1 Untersuchungsgegenstand.....	3
2.2 Analysen und Erhebungen .....	5
2.2.1 Einführende Analysen.....	5
2.2.2 Befragung der Mitarbeiterinnen der Servicestelle.....	8
2.2.3 Auswertung der Falldokumentation .....	8
2.2.4 Befragung der Nutzer/-innen und Kooperationspartner.....	9
2.2.5 Zusammenfassende Analysen .....	11
3. Ergebnisse der Evaluation .....	13
3.1 Zielstellung und Konzeption.....	13
3.2 Kompetenzthemen, Qualitäts- und Wissensmanagement.....	13
3.2.1 Kompetenzen und Tätigkeitsfelder der Mitarbeiterinnen .....	13
3.2.2 Wissensmanagement und Weiterentwicklung .....	13
3.2.3 Beratungskonzept und Selbstverständnis.....	13
3.3 Definition, Ansprache und Erreichung der Zielgruppe.....	13
3.3.1 Definition der Zielgruppen .....	13
3.3.2 Betrachtung der Instrumente der Zielgruppenansprache .....	13
3.3.3 Zusammenfassende Bewertung der Zielgruppenerreichung.....	13
3.4 Beratungsbedarf und Beratungserfolg .....	13
3.4.1 Beratungsbedarf und Beratungsinhalte.....	13
3.4.2 Beratungserfolg.....	13
3.5 Kooperation und Konkurrenz .....	13
3.6 Effekte und Nachhaltigkeit.....	13
4. Zusammenfassung und Empfehlungen bzw. Ausblick .....	13
5. Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen.....	13

## ZUSAMMENFASSUNG

Das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburg (MASF) hat im Frühjahr 2008 bei der Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) eine „Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“ eingerichtet, um sowohl (werdende) Eltern als auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei einer möglichst reibungslosen Gestaltung von Zeiten der Schwangerschaft und des Mutterschutzes von Mitarbeiterinnen sowie der Elternzeit von Beschäftigten zu unterstützen. Die Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg finanziert.

Im Frühjahr 2009 hat das MASF die GIB Gesellschaft für Innovationsforschung und Beratung, Berlin, mit der Evaluation der bisherigen Arbeit der Servicestelle beauftragt. Auch wenn aufgrund der kurzen Projektlaufzeit nur wenige Effekte und Erfolge der Servicestelle bereits identifiziert und bewertet werden können, kommt die Evaluation zu dem Ergebnis, dass die Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ ein sehr innovatives Modellprojekt darstellt, das seitens des MASF verstetigt werden sollte, da es einen wichtigen und effektiven Beitrag zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Land Brandenburg leistet. Im Einzelnen sind folgende (ausgewählten) Erfolge positiv herauszustellen: Das (quantitative) Ziel, fünf bis zehn Prozent der Zielgruppe mit Beratungen zu erreichen, konnte bereits im ersten Jahr (partiell) erreicht werden: Es wurden bis Juni 2009 395 Beratungen bei Arbeitnehmer/-innen und 134 Beratungen bei Arbeitgeber/-innen durchgeführt. Die Zufriedenheit mit der Beratungsqualität ist sehr hoch: 83,3% der befragten Arbeitnehmer/-innen und 78% der Arbeitgeber/-innen bekunden, dass die Beratung (überwiegend) nützlich war. Weiterhin ist es der Servicestelle gelungen, ein Netzwerk an Kooperationspartnern im Land Brandenburg aufzubauen, die die Servicestelle als wichtige Ergänzung ihrer Arbeit betrachten.

Für die weitere Arbeit der Servicestelle werden seitens der Evaluation u.a. die Empfehlungen ausgesprochen, zukünftig die Beratungen bei KMU auszubauen, Väter verstärkt zu erreichen und die Vermittlung von Ersatzkräften weiter zu verbessern.

## **1. Hintergrund und Fragestellung der Evaluation**

Sowohl für einzelne Frauen, Männer und Familien als auch für Unternehmen, die familiär bedingte Auszeiten von Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern überbrücken müssen, stellt die Vereinbarkeit von Beruf und Familie immer noch eine große Herausforderung dar. Gleichzeitig besteht ein großes öffentliches Interesse, Familien, die Gleichstellung von Männern und Frauen und die wirtschaftliche Entwicklung zu fördern. Dabei findet zunehmend der Wettbewerbsvorteil, den sich familienfreundliche Unternehmen sichern, Beachtung.

Im Umfeld von Schwanger- und Elternschaften finden sich eine Reihe gesetzlicher Regelungen. Auf der Seite des Schutzes werdender Eltern können das Gesetz zum Schutz der erwerbstätigen Mutter (Mutterschutzgesetz – MuSchG), das Gesetz zum Elterngeld und zur Elternzeit (Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz – BEEG) sowie die Regelungen zur Freistellung bei Krankheit des Kindes (SGB V, § 45) genannt werden. Rechte und Pflichten der Unternehmen während Schwangerschaft, Mutterschutz- und Elternzeit ihrer Mitarbeitenden sind ebenfalls durch die oben genannten Gesetze geregelt. Mögliche Unterstützungsleistungen für Unternehmen resultieren aus Wirtschafts- bzw. Arbeitsförderungsmaßnahmen. Hierzu zählt zum Beispiel der Eingliederungszuschuss (§218 SGB III).

Wie aus diesem kurzen Anriss deutlich wird, ist die rechtliche Lage komplex und für werdende Eltern sowie die Personalverantwortlichen kleinerer und mittlerer Unternehmen nicht einfach zu überblicken. Vor allem für Kleinstunternehmen bedeutet eine durch Mutterschutz oder Elternzeit bedingte Auszeit ihrer Beschäftigten einen für sie möglicherweise sogar existenziell bedrohenden Personalengpass. Werdende Eltern antizipieren natürlich auch die Sorgen ihres Unternehmens, so dass eine einvernehmliche Gestaltung der Elternzeit in vielen Unternehmen eine Herausforderung darstellt.

In diesem Spannungsfeld hat das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburg (MASF) eine aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg geförderte Ser-

vicestelle eingerichtet, um sowohl (werdende) Eltern als auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei einer möglichst reibungslosen Gestaltung von Zeiten der Schwangerschaft und des Mutterschutzes von Mitarbeiterinnen sowie der Elternzeit von Beschäftigten zu unterstützen.

Diese „Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“ ist bei der Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA Brandenburg GmbH) angesiedelt und hat im Mai 2008 ihre Tätigkeit aufgenommen. Ziel der Servicestelle ist es, durch die Beratung von KMU und (werdenden) Eltern sowie durch die Vernetzung mit der Agentur für Arbeit und weiteren Kooperationspartnern den sich durch Schwangerschaft und Elternzeit ergebenden, organisatorischen Aufwand für KMU zu verringern, die familienbedingten Auszeiten positiv zu gestalten, die Rückkehr von Arbeitnehmer(inne)n aus der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zu erleichtern und Arbeitslose als Ersatzkräfte wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren.

Ein knappes Jahr nach Bestehen der Servicestelle wurden deren Konzept, Arbeitsweise und Effekte von der Gesellschaft für Innovationsforschung und Beratung mbH (GIB) evaluiert. Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse der Evaluation zusammen und bietet Anregungen für die Weiterentwicklung und Etablierung dieses Angebots im Land Brandenburg.

Im Folgenden werden zunächst Ansatz und Vorgehen der Evaluation beschrieben. Die Evaluationsergebnisse beziehen sich auf die Modellkonzeption (Zielstellung und Planung), deren Umsetzung und die bislang erzielten Effekte. Im Anschluss an die Darstellung der Ergebnisse werden Empfehlungen für die weitere Arbeit der Servicestelle sowie deren nachhaltige Einbindung und Finanzierung abgeleitet.

## **2. Vorgehen der Evaluation**

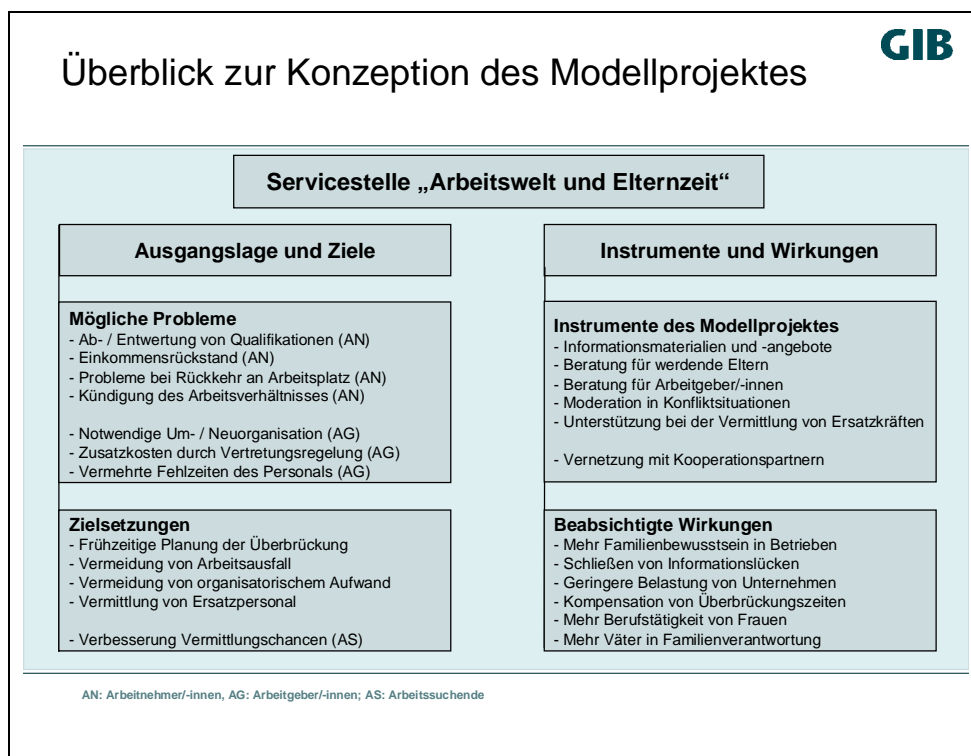
Die Evaluation der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ versteht sich als formative Evaluation. Die Servicestelle wird circa ein Jahr nach ihrer Gründung darauf hin bewertet, ob ihre Konzeption stimmig ist und umgesetzt werden konnte. Gemeinsam mit einer ersten Effekt- und Nutzenabschätzung werden Empfehlungen für weitere Entwicklungen abge-

leitet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Servicestelle bisher als Modellprojekt konzipiert und gefördert wird.

## 2.1 Untersuchungsgegenstand

Eine Beschreibung der Ausgangslage, der Maßnahmen und der Zielstellungen des Modellprojektes finden sich in der Beschreibung des Modellprojektes „Rückkehr aus der Elternzeit – leicht gemacht“ des Ministeriums für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburg, in dem die Einrichtung einer Servicestelle unter dem Arbeitstitel „Arbeitswelt und Elternzeit“ konzipiert wurde.

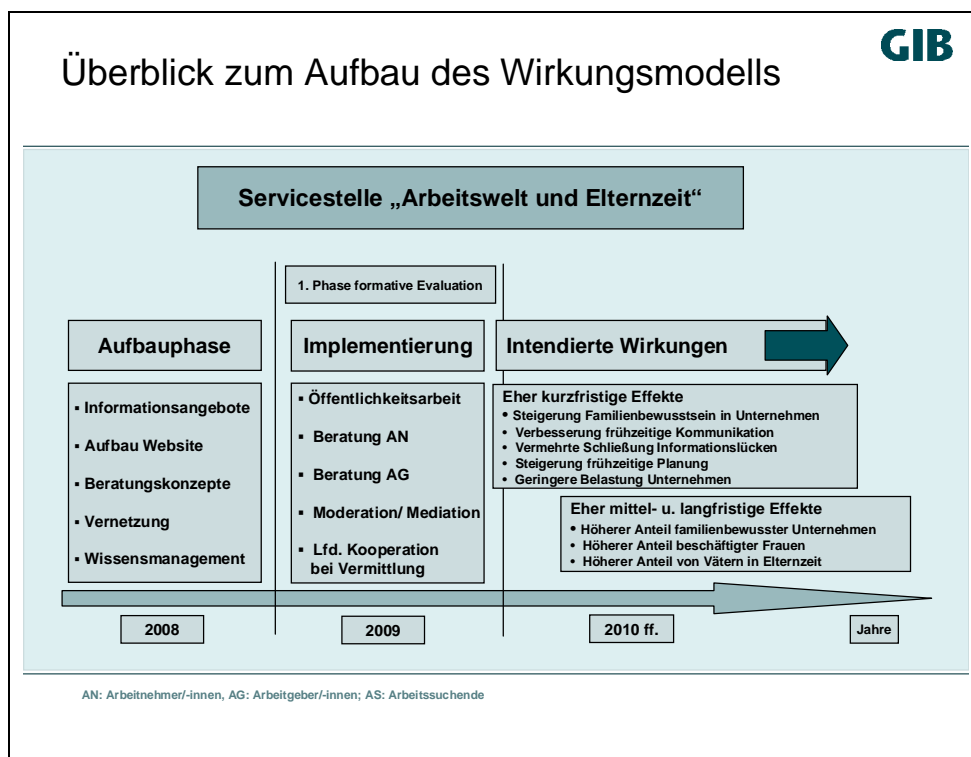
Diese Konzeption wird in der folgenden Abbildung 1 schematisch dargestellt:



**Abbildung 1: Überblick zur Konzeption des Modellprojektes**

Neben der Schlüssigkeit des Konzeptes wurden im Rahmen der vorliegenden formativen Evaluation zum einen die Aufbauphase des Modellprojektes „Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“ und zum anderen die Implementierungsphase untersucht. Im Vordergrund standen Fragen

nach der konzeptgetreuen Umsetzung. Aussagen zu mittel- und langfristigen Wirkungen der Servicestelle können noch nicht getroffen werden. Zum einen liegt dies am Zeitpunkt der Evaluation, der nur das erste Jahr der Servicestellenarbeit untersuchen kann, jedoch dabei berücksichtigen muss, dass sich die Beratungsstelle im Aufbau befindet und für viele Abläufe erst Routinen gefunden, Kontakte geknüpft und Netzwerke aufgebaut werden müssen.



**Abbildung 2: Überblick zum Aufbau des Wirkungsmodells**

Die Abbildung 2 verdeutlicht diese zeitliche Dimension der Erfolgseinschätzung, die noch nicht zufrieden stellend erfolgen kann, da kurzfristige Effekte nur ansatzweise schon gemessen werden können und mittel- und langfristige Effekte sich noch entwickeln müssen, um messbar zu werden.

Trotz dieser Einschränkung kann der vorliegende Bericht bereits Aussagen treffen, wie erfolgreich die Aufbau- und Implementierungsphase umgesetzt wurde, in welche Richtungen Bemühungen intensiviert wer-

den müssen und ob die laut Konzept intendierten Wirkungen mit der angebotenen Beratungsleistung und ihrer Umsetzung möglich sind.

## **2.2 Analysen und Erhebungen**

### **2.2.1 Einführende Analysen**

Um die Frage nach der Adäquatheit der Modellkonzeption zu beantworten, wurden zunächst die von der Servicestelle erstellten und vertriebenen Materialien sowie ihr Internetangebot gesichtet und bewertet. Die Broschüren und Faltblätter der Servicestelle wurden hinsichtlich Aufbau und Gestaltung, Informationsgehalt und Aktualität sowie Verständlichkeit bewertet. Die folgende Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Dokumente, die in die Evaluation mit einbezogen wurden:

Kategorie	Titel	Datum/Stand
Broschüren	Beruf und Familie aktiv gestalten – Informationen für (werdende) Eltern	September 2008
	Starke Unternehmen für Familie – Informationen für Unternehmen	September 2008
Flyer	Beruf und Familie aktiv gestalten – Service für (werdende) Eltern	März 2009
	Starke Unternehmen für Familie – Service für Unternehmen	März 2009
Newsletter	1. Newsletter	05.09.2008
	2. Newsletter	24.11.2008
	3. Newsletter	14.01.2009
	4. Newsletter	03.02.2009
	5. Newsletter	23.02.2009
	6. Newsletter	06.03.2009
	7. Newsletter	27.03.2009
	8. Newsletter	16.04.2009
	9. Newsletter	13.05.2009
	10. Newsletter	09.06.2009
	11. Newsletter	06.07.2009
	12. Newsletter	21.07.2009
Tagungs- dokumentation	Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit – Dokumentation der Tagung vom 7. Juli 2008 in Potsdam	Januar 2009
Presse- informationen	Presseinformation des MASF	07.07.2008
	Pressemitteilung der LASA	10.07.2008
	Pressemitteilung der LASA	09.12.2008
Artikel und Prin- tanzeigen	BVMW-Kurier	April 2009
	Lausitzer Rundschau	Mai 2009
	Unternehmerjournal	Mai 2009
	Sonderbeilage des BWA im Handelsregister	Mai 2009
	7 Brandaktuell-Artikel	Mai 2009
Radiointerviews und Spots	Liste der Radiointerviews und Werbespots	Mai 2009

**Tabelle 1: Publikationen der Servicestelle**

Des Weiteren standen der Evaluation das Konzept des Modellprojekts vom 27. November 2007, welches vom Fachreferat 31A des MASF (Referatsleiterin Karin Böttger und Referent Harald Klier) erarbeitet und als Anlage zum Fördermittelantrag bei Referat 34 eingereicht wurde, sowie

die Geschäftsordnung des Projektbeirats vom 17. März 2009 zur Verfügung.

In einem ersten Gespräch mit allen Mitarbeiterinnen der Servicestelle am 12. Mai 2009 wurden Informationen zum Aufbau des Angebots, zur Arbeit und zu Abläufen in der Servicestelle, zur Dokumentation der Beratungen sowie zur Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern gesammelt. Die aufbereiteten Statistiken und Dokumentationen wurden (in aggregierter und dadurch anonymisierter Form) für die Evaluation zur Verfügung gestellt beziehungsweise dienten als Grundlage für die Befragung von Nutzerinnen und Nutzern sowie Kooperationspartnern (vgl. Übersicht Tabelle 2).

Kategorie	Titel	Datum/Stand
Statistiken der Servicestelle	Beratungsstatistik (Übersicht über erfasste Merkmale) Gesamtzahlen Beratungen 2008 und 2009	30.06.2009
	Gesamtzahlen Bestellungen bzw. Versand Broschüren und Newsletter 2008 und 2009	30.06.2009
	Gesamtzahl Website-Zugriffe 2008 und 2009 Detaillierte Website-Zugriffe Februar-April 2009	April 2009
	Gesamtzahl Broschüren-Downloads von der Website Dezember 2008 – April 2009	April 2009
Veranstaltungen	Liste besuchter Veranstaltungen 2008 und 2009	Juni 2009

**Tabelle 2: Statistiken der Servicestelle**

Die aus diesen Informationen gewonnenen Erkenntnisse bildeten die Grundlage für die weiteren Erhebungen: die Entwicklung der Leitfäden für die strukturierten Interviews mit den Mitarbeiterinnen der Servicestelle, die Analyse der Fallberichte (u.a. zu Problemclustern), die Entwicklung der Erhebungsinstrumente für die schriftliche Befragung der Nutzer/-innen und für die telefonische Befragung der Kooperationspartner.

Zudem wurde in einer Expert(inn)enrunde der GIB am 24. Juli 2009, an der neben Expertinnen für Gleichstellungsfragen auch Expert(inn)en für

betriebliche Bedarfe und die Arbeitsmarktsituation in Brandenburg teilnahmen, das Angebot der Servicestelle in Hinblick auf eine nachhaltige Finanzierung sowie eine mögliche strukturelle Einbindung diskutiert. Dieses Thema wurde auch im Rahmen eines die Evaluation abschließenden Workshops aufgegriffen und vertiefend diskutiert.

### **2.2.2 Befragung der Mitarbeiterinnen der Servicestelle**

Anhand halbstrukturierter Interviewleitfäden wurden die vier Mitarbeiterinnen der Servicestelle vertieft zu folgenden Themenbereichen befragt: Zielstellung und Planung, Zielgruppenansprache und -erreichung, Kompetenz-, Qualitäts- und Wissensmanagement, Beratungsinhalte, Kooperation und Konkurrenz sowie Effekte und Nachhaltigkeit.

Die themenzentrierte Auswertung dieser Befragungen stellte eine wesentliche Informationsquelle für die Beantwortung der Fragestellung dar, inwieweit die Konzeption der Servicestelle stimmig ist und in welchem Umfang das Konzept im Modellprojektverlauf bereits umgesetzt werden konnte.

### **2.2.3 Auswertung der Falldokumentation**

Als „Fall“ der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ wurde zunächst jede/r Anfragende betrachtet, der/die sich mit einem Anliegen an die Servicestelle wandte. Dabei wird nicht unterschieden, welcher Aufwand mit der Bearbeitung des Falls verbunden war, ob es sich um die Weiterleitung von Informationen handelte oder ob eine intensive Beratung auch unter Einschaltung von Partnern oder der Recherche neuer Informationen nötig war. In die Evaluation konnten folgende Dokumentationen über Anfragen von Klient(inn)en einbezogen werden:

- die anonymisierte Beratungsstatistik,
- die anonymisierte Statistik über den Versand von Materialien,
- die Statistik über Zugriffe auf die Website der Servicestelle.

Ausgewertet wurden die in der Servicestelle bislang dokumentierten Fälle hinsichtlich verschiedener Merkmale. Zunächst war beispielsweise

die Frage relevant, wer sich mit welchem Anliegen an die Servicestelle gewandt hat (KMU, Eltern, andere Personen oder Stellen).

#### **2.2.4 Befragung der Nutzer/-innen und Kooperationspartner**

Im Rahmen der Nutzer(innen)befragung wurden die beiden großen Nutzergruppen Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber (in der Regel kleinerer oder mittlerer Unternehmen) sowie Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (werdende und junge Eltern) befragt. Die Befragung der Nutzer/-innen erfolgte mittels standardisierter Fragebögen (ein Fragebogen wurde für die Arbeitgeber(innen)-, ein weiterer für die Arbeitnehmer(innen)seite entwickelt), die mit dem Auftraggeber abgestimmt und anschließend von der Servicestelle an Nutzer/-innen, die der Teilnahme an der Evaluation zugestimmt hatten, versandt wurden.<sup>1</sup> Es wurden durch die Servicestelle 42 Fragebögen an Nutzer/-innen aus dem Kreis der Unternehmer/-innen und 72 Fragebögen an Nutzer/-innen aus dem Kreis der (werdenden) Eltern versandt. Davon wurden 25 bzw. 50 bis zum 24. August 2009 an die GIB ausgefüllt zurückgesendet und ausgewertet. Ausgeschlossen von der Auswertung wurde jedoch ein Fragebogen für Arbeitnehmer/-innen, der von einem Kooperationspartner ausgefüllt wurde. Ein weiterer Fragebogen für Arbeitgeber/-innen wurde von einer Arbeitnehmerin ausgefüllt, dieser wurde jedoch in den Auswertungen (teilweise) berücksichtigt, wenn die Fragekategorien für Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen identisch waren.

Die Befragung thematisierte unter anderem, wie die Nutzer/-innen auf das Angebot aufmerksam geworden sind, welche Unterstützungsleis-

---

<sup>1</sup> Aus Gründen des Datenschutzes wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber nicht wie ursprünglich im Angebot vorgesehen eine telefonische, sondern eine postalische Befragung durchgeführt. Dies hat jedoch Auswirkungen auf die Repräsentativität, da die Servicestelle als niedrigschwelliges Beratungsangebot keine Kontaktdaten dokumentiert. Nur in solchen Fällen, wo weitere Recherchen notwendig sind oder Infopakete zugesandt werden, sind Rückrufnummern vorhanden. Diese Personen wurden gebeten, an der Befragung im Rahmen der Evaluation teilzunehmen. Laut Servicestelle bestand eine sehr hohe Bereitschaft von ca. 98 Prozent, die Fragebögen auszufüllen, zum Teil wurde aber auf zeitliche Probleme durch die Ferien- und Urlaubszeit hingewiesen. Allerdings gibt es zwischen denen in der Beratungsstatistik dokumentierten Fällen und den Befragten gewisse Übereinstimmungen, was z.B. Beratungsthemen oder Geschlecht, betrifft.

tungen sie in Anspruch genommen haben, welche Effekte die Unterstützung hatte und wie zufrieden sie mit der erhaltenen Leistung sind. Sowohl die Arbeitgeber/-innen- als auch die Arbeitnehmer(innen)seite wurde nach der Größe des betroffenen Unternehmens gefragt, von (werdenden) Eltern wurden darüber hinaus Alter und Geschlecht erfragt.

Parallel zur Nutzer(innen)befragung wurden achtzehn ausgewählte Kooperationspartner der Servicestelle befragt, darunter – wie die folgende Tabelle zeigt – das Landesamt für Arbeitsschutz sowie die Agentur für Arbeit. Bei den Einrichtungen, bei denen mehrere Befragungen durchgeführt wurden, erfolgte bei der Auswahl eine regionale Streuung.

Einen Überblick über die befragten Akteure gibt die Tabelle 3. Aus der Aufstellung wird deutlich, dass nicht alle gewünschten Gesprächspartner/-innen interviewt werden konnten, da das Einverständnis der Kooperationspartner nicht bei allen innerhalb der kurzen Evaluationszeit einging und dafür andere Kooperationspartner ersatzweise interviewt wurden, die zu einer anderen Gruppe gehörten.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Alle Interviews mussten im Juli und August 2009 durchgeführt werden, d.h. in der Ferien- und Urlaubszeit, was die Erreichbarkeit der Kooperationspartner einschränkte.

Einrichtung	Geplante Befragungen	Durchgeführte Befragungen
Agentur für Arbeit – Arbeitgeberteam	2	1
Agentur für Arbeit – Beauftragte für Chancengleichheit	3	4
Andere Projekte (z.B. Bündnisse für Familie, Erfolgsfaktor Familie)	2	3
Elternberatungsstelle, Schwangerenberatungsstelle	2	1
Jugendamt	2	1
Kammer	2	1
Kommune (z.B. Gleichstellungsbeauftragte)	2	2
Landesamt für Arbeitsschutz (LAS)	1	1
Servicestelle Elterngeld des BMFSFJ	1	1
Unternehmensverband	3	3

**Tabelle 3: Im Rahmen der Evaluation befragte Kooperationspartner**

Die Befragungen erfolgten telefonisch anhand eines teilstandardisierten Fragebogens und hatten folgende Themen zum Inhalt: die Form der Zusammenarbeit, die Einschätzung des Bedarfs für Beratungen sowie die Einschätzung der Effekte der Leistungen der Servicestelle.

### 2.2.5 Zusammenfassende Analysen

Die quantitative und qualitative Auswertung sowie die zusammenfassende Bewertung der Erkenntnisse aus den Befragungen und der Dokumentation erfolgte anhand von zwei Schlüsselfragen: Konnte die Servicestelle das Modellkonzept so erfolgreich implementieren, dass eine überdauernde Wirkung zu erwarten ist? Welche Strukturen sind in der Lage, diese Arbeit dauerhaft fortzusetzen?

Neben einer Ergebnispräsentation wurden diese beiden Schlüsselfragen auf einem abschließenden Workshop mit dem Projektbeirat, den Mitarbeiterinnen der Projektstelle sowie weiteren Expert/-innen diskutiert und gemeinsam bewertet. Ziel des Workshops war es, einen expertengestützten Struktur- und Prozessvorschlag für die Anbindung und die wei-

tere Arbeit der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ zu erarbeiten,  
der in den Abschlussbericht aufgenommen wurde.

### **3. Ergebnisse der Evaluation**

#### **3.1 Zielstellung und Konzeption**

##### *Bedarf und Ableitung der Zielstellung*

Der Bedarf an Unterstützung für kleine und mittlere Unternehmen sowie für werdende und junge Eltern in Zeiten des Mutterschutzes und der Elternzeit lässt sich aus den Zahlen des Landesamts für Arbeitsschutz in Brandenburg ableiten, dem die Schwangerschaften nicht-selbstständig Beschäftigter durch ihren Arbeitgeber gemeldet werden müssen. Über eine Dekade hinweg verhält sich die Zahl der dort gemeldeten Schwangerschaften zur Zahl der Lebendgeburten in einem Verhältnis von 1:4 und liegt im Schnitt bei ungefähr 4100.<sup>3</sup> Damit ist zumindest eine untere Grenze möglicher Fallzahlen im Land Brandenburg markiert. Laut Konzept des Modellprojektes sollen 5 bis 10 Prozent aller gemeldeten Schwangerschaften im Land Brandenburg sowohl von Arbeitgeber(innen)seite als auch Arbeitnehmer(innen)seite mit dem Beratungsangebot erreicht werden, d.h. ca. 205 bis 410 Beratungen jährlich jeweils von Arbeitnehmer(inne)n und Arbeitgeber(inne)n.

Der Bedarf an Unterstützungsleistungen ergibt sich jedoch nicht nur aus der Fallzahl. Gerade für ein kleineres Unternehmen bedeuten die mit Schwangerschaft, Mutterschutz und Elternzeit verbundenen organisatorischen Umstellungen einen (finanziellen) Mehraufwand. Eine Studie der PROGNOSE AG aus dem Jahr 2003 (zitiert nach LASA<sup>4</sup>) geht von Wiederbesetzungskosten von knapp 10.000 € bei einer Stelle der unteren Einkommensgruppen aus. Auch dies kann angesichts der Tatsache, dass eine Vertretung nur für eine Überbrückungszeit bis zum Wiedereinstieg des betroffenen Elternteils notwendig ist, als untere Grenze einer möglichen Kostenbelastung für Unternehmen angesehen werden. Hinzu kommen etwaige Differenzzahlungen des Arbeitgebers zwischen dem

---

<sup>3</sup> Quelle: Dr. Detlev Mohr, Direktor des Landesamtes für Arbeitsschutz Brandenburg, „Mutterschutz in Brandenburg“. S. 20-27 in: LASA Brandenburg (Hrsg. für das MASF Brandenburg): Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit. Dokumentation der Tagung vom 7. Juli 2008

<sup>4</sup> Landesagentur für Arbeit (LASA) Brandenburg GmbH: Starke Unternehmen für Familie. Informationen für Unternehmen. September 2008.

Mutterschaftsgeld einer gesetzlichen Krankenversicherung und dem Nettogehalt der Beschäftigten.

Daraus wird im Konzept des Modellprojekts des MASF vom 27.11.2007 als Ziel abgeleitet, „dass Zeiten der Schwangerschaft, des Mutterschutzes und der Elternzeit insbesondere von Arbeitgebern nicht so sehr als eine organisatorische Belastung empfunden werden. Vielmehr will das Modellprojekt aufzeigen, wie diese Zeiten positiv gestaltet werden können.“<sup>5</sup>

Diese übergeordnete Zielstellung wird in Einzelziele übersetzt. Es soll eine möglichst frühzeitige und vorausschauende Planung der Mutterschutz- und Elternzeiten erreicht werden. KMU sowie werdende Eltern sollen durch Beratung und Vermittlung an weitere Stellen darin unterstützt werden, die organisatorischen Anforderungen der Überbrückungs- und Wiedereingliederungszeiten erfolgreich zu bewältigen.

Damit in Einklang stehen die Hauptziele der Arbeit der Servicestelle aus Sicht der Mitarbeiterinnen. Diese sind: die Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Land Brandenburg zu optimieren und damit Arbeitsplätze – insbesondere junger Frauen am Beginn ihres Arbeitslebens – zu sichern, Wettbewerbsvorteile zu erhalten und einem drohenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Diese Ziele werden durch Aufklärungsarbeit und Sensibilisierung dafür, dass die Planung von familienbedingten Auszeiten notwendig ist und die Elternzeit dadurch möglichst „störungsfrei“ ablaufen kann, sowie durch Praxishilfen für Arbeitnehmer/-innen und Arbeitgeber/-innen erreicht. Schwerpunkt der Arbeit ist deshalb die kostenlose Beratung von werdenden Eltern, Eltern in Elternzeit und Unternehmen im Land Brandenburg, die möglichst frühzeitig ein konfliktfreies Verhältnis zwischen Arbeitgeber(inne)n und Arbeitnehmer(inne)n unterstützen soll.

Diese Aufgaben kann, wie die bisherige Entwicklung zeigt, das Projekt aus Sicht der Mitarbeiterinnen sehr gut erfüllen. Die Information über die gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie das Vermitteln des jeweils

---

<sup>5</sup> Vgl. MASF, Konzept des Modellprojektes vom 27.11.2007, S. 4.

anderen Blickwinkels und die Förderung des gegenseitigen Verständnisses von Arbeitgeber(inne)n und Arbeitnehmer(inne)n vermeiden oder mindern zumindest Konflikte zwischen beiden Parteien.

Allein quantitativ ausgerichtete Zielindikatoren hingegen, wie etwa ein Rückgang von Kündigungen bzw. die Reduzierung der Anträge auf Ausnahmen vom Kündigungsschutz während der Schwangerschaft (im Jahr 2007 gab es in Brandenburg 92 Anträge auf Kündigung, davon waren 22 bzw. 69% zulässig; ein Hauptgrund für die Zulässigkeit war die Insolvenz von Betrieben), wären aus Sicht der Mitarbeiterinnen der falsche Ansatz, da diesbezüglich kaum eingegriffen werden kann und sich diese Wirkungen erst im Zeitablauf beobachten lassen. Auch die Geburtenrate oder ähnliche Aspekte können durch ein derartiges Modellprojekt nicht direkt bzw. nicht kurzfristig beeinflusst werden.

Die Mitarbeiterinnen sehen keine Veränderung der Zielstellung im bisherigen Projektverlauf. Die Ziele blieben konstant, lediglich die Strategien zur Zielerreichung mussten an veränderte Rahmenbedingungen, wie etwa die gegenwärtige Wirtschaftskrise, angepasst werden. Außerdem kam es aufgrund begrenzter Ressourcen zu Veränderungen in der praktischen Umsetzung; so wurden beispielsweise deutlich weniger Vor-Ort-Besuche als zunächst intern geplant durchgeführt, zugunsten der telefonischen Beratung von Nutzer/-innen. In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass keine Meilensteinplanung für das Projekt an sich erfolgte, sondern nur für die Erstellung der Materialien und Website Termine festgelegt wurden. Der bisherige Projektverlauf kann somit nicht mit einer Meilenstein- und Erfolgsplanung abgeglichen werden.

#### *Strukturelle Anbindung des Modellprojekts*

Das Modellprojekt wurde bei der LASA angesiedelt, die als arbeitsmarktpolitische Dienstleistungseinrichtung über Erfahrungen beim Angebot von Beratung und Service sowie etablierte Kooperationen, etwa mit der Bundesagentur für Arbeit und mit Unternehmen, verfügt. Ein Aspekt welcher aus Sicht der Mitarbeiterinnen im Vorfeld nicht so deutlich wahrgenommen wurde, ist, dass das Modellprojekt sich von anderen Projekten der LASA unterscheidet und dies in der Projektarbeit zu neuen

Herausforderungen führte: Im Gegensatz zu anderen Tätigkeitsbereichen der LASA, in denen Projekte koordiniert, aber nicht operativ durchgeführt werden, steht die Servicestelle in direktem Kontakt mit den Zielgruppen. Die Servicestelle arbeitet somit selbst auf der Projektebene und hat gleichzeitig die Aufgabe, auf einer zweiten Ebene Themen und Probleme aufzubereiten, zu analysieren und Empfehlungen für die Politik abzuleiten. Diese Aufgaben sind aus Sicht der Mitarbeiterinnen mit den vorhandenen Personalressourcen nur schwer zu erfüllen, denn die Mitarbeiterinnen müssen sich primär auf die Beratung (inkl. Vor- und Nachbereitung) konzentrieren. Davon abgesehen wird die Verortung der Servicestelle in der LASA aber als außerordentlich positiv eingeschätzt. Dem Eindruck der Mitarbeiterinnen zufolge wird die Servicestelle innerhalb der LASA als innovatives Projekt, das viele Neuerungen gebracht hat, wahrgenommen.

Unterstützt wird das Modellprojekt „Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“ durch einen Programmbeirat, der durch seine Zusammensetzung auch den ganzheitlichen Ansatz der Servicestelle widerspiegelt. Die Mitgliederstruktur des Projektbeirats wird durch seine Geschäftsordnung bestimmt (§2). Ihm gehören je ein Mitglied der Arbeitgeberseite (Arbeitgeberverband, Kammer oder Unternehmensverband), der Arbeitnehmerseite (Gewerkschaft) und eines Interessensverbandes (für Frauen oder Familien) an. Das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie (MASF) ist mit einem Mitglied vertreten, seine nachgeordnete Behörde, das Landesamt für Arbeitsschutz (LAS), ebenfalls. Und schließlich stellt die Agentur für Arbeit ein beratendes Mitglied.

### **3.2 Kompetenzthemen, Qualitäts- und Wissensmanagement**

Auf der Grundlage des Projektantrages, in dem die notwendigen Qualifikationen der Mitarbeiter/-innen der Servicestelle umrissen wurden, sowie der qualitativen Interviews mit den Mitarbeiterinnen der Servicestelle, in denen sie zu ihren Kompetenzen und Strategien für Qualitäts- und Wissensmanagement befragt wurden, soll im Folgenden die Implementierung des Modellprojektes beschrieben und bewertet werden.

### **3.2.1 Kompetenzen und Tätigkeitsfelder der Mitarbeiterinnen**

Das Team der Servicestelle setzt sich aus vier Mitarbeiterinnen zusammen:

- einer Beraterin, die zugleich auch „Kordinatorin“ der Servicestelle ist, mit einer Anstellung von 35 Wochenstunden,
- zwei weiteren Beraterinnen mit je einer Halbzeitanstellung und
- einer Teamassistentin mit einer Vollzeitanstellung.

Zwei der Mitarbeiterinnen waren bereits zuvor in der LASA tätig und konnten dadurch u. a. ihre Erfahrungen aus anderen Projekten der LASA und mit der Institution in den Aufbau der Servicestelle einbringen. Die beiden anderen Mitarbeiterinnen waren vor bzw. sind neben ihrer Beschäftigung in der Servicestelle selbständig tätig und konnten die Expertise aus ihrer selbständigen Beratungs-, Lehr- und Trainingstätigkeit einbringen. Die unterschiedlichen Vorerfahrungen führten in der Anfangsphase zu unterschiedlichen Sichtweisen und Einschätzungen der Teammitglieder über Ansatz und Möglichkeiten der Servicestelle. Trotz des intensiven Abstimmungsbedarfs konnten aus Sicht der Beraterinnen rasch eine gemeinsame Teamsprache und ein einheitlicher Außenauftritt entwickelt werden.

Unter den Beraterinnen kristallisierten sich im Projektverlauf Schwerpunkte in den Tätigkeitsprofilen heraus. So lagen Außenvertretung und die Vertretung gegenüber der Politik stärker bei der Koordinatorin. Ein Personalwechsel aufgrund der angetretenen Elternzeit einer der Beraterinnen führte kurzfristig zu einer veränderten Aufgabenteilung, da die neue Mitarbeiterin zu Beginn nicht in der Beratung, sondern verstärkt in der Unternehmensansprache eingesetzt wurde (da ihr Vertrag zunächst zeitlich befristet war, wurde eine Spezialisierung als sinnvoll erachtet. Da ihre Beschäftigung aber andauern wird, ist für sie künftig eine stärkere Beteiligung an der Beratungstätigkeit geplant).

Die Hauptanteile der Arbeit der drei Beraterinnen entfallen eindeutig auf die Beratungsarbeit. Eine Quantifizierung der verschiedenen Tätigkeits-

bereiche fällt schwer, da die Übergänge fließend sind. Aus Sicht der Beraterinnen besteht durchweg Ressourcenknappheit. So ist z.B. der Koordinationsaufwand nur unzureichend mit Ressourcen ausgestattet (dieser war unterschätzt worden, weil zuvor keine Erfahrungen mit dem Thema und der Art der Organisation des Projekts wie z.B. Aufbau einer Hotline bestanden).

Der Aufgabenbereich der Teamassistentin umfasst insbesondere die Koordination der Anrufe (d.h. die Weiterleitung der Beratungsanfragen an die Beraterinnen), den Versand der Materialien (Infopakete), die Recherche von Themen für die Arbeit der Beraterinnen und für den Newsletter. Punktuell aktualisiert sie die Website und die Nutzer-Statistiken und unterstützt die Kolleginnen in konzeptionellen Fragen.

### **3.2.2 Wissensmanagement und Weiterentwicklung**

Das teaminterne Wissensmanagement ergibt sich einerseits durch die räumliche Nähe (die Kolleginnen teilen sich ein Büro, was unweigerlich dazu führt, dass sie über die Aktivitäten der Kolleginnen informiert sind) sowie andererseits durch den kontinuierlichen Austausch von Informationen und Erfahrungen: Insbesondere die wöchentlichen Teamsitzungen dienen dem inhaltlichen Austausch sowie der Terminplanung. Darüber hinaus werden komplexere Beratungsfälle in „Fallkonferenzen“ besprochen. Weitere Ansätze des Wissensmanagements sind die allgemein zugänglichen Informationen im Intranet, die auf dem koordinierenden und ordnenden Support der Teamassistentin beruhen. Für die Beratung wurden kurze Fallskizzen für den Austausch der Kolleginnen sowie interne Argumentations- und Beratungshilfen erstellt. Die Falldokumentation erfolgt über eine Excel-Tabelle (siehe auch Auswertungen im Kapitel 3.3.2.5).

In einem standardisierten, mit dem Auftraggeber abgestimmten Austauschdokument werden außerdem so genannte „Problemcluster“, das heißt spezifische Problemthemen, gesetzliche Lücken oder Unklarheiten und Änderungsbedarfe notiert (siehe auch im Kapitel 3.6. den Abschnitt Transfer von Erkenntnissen).

Wie das Wissensmanagement ist auch der Wissensaufbau der Beraterinnen durch die enge Zusammenarbeit gekennzeichnet; so kommt es anlassbezogen zu inhaltlichen Abklärungen und ggf. auch raschen Umsteuerungen in der Vorgangsweise. Die relativ geringe Spezialisierung auf Themen oder Sachverhalte wird für die Beratungsarbeit als gut und notwendig empfunden, da bei kurzfristigen Ausfällen die Kolleginnen die Arbeit übernehmen können. Die einzige Spezialisierung folgt regionalen Gesichtspunkten, um die Bekanntheit der Beraterinnen in den Regionen zu forcieren bzw. zu nutzen und Kontinuität in der Ansprache von Akteuren zu sichern.

Die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen erfolgt sowohl formell als auch informell und anlassbezogen, beispielsweise im Zuge themenspezifischer Anfragen oder Anfragen zu neuen, für die Arbeit relevanten Gesetzesurteilen. LASA-interne Weiterbildungsveranstaltungen werden von der Servicestelle gleichermaßen angeregt wie besucht.

### **3.2.3 Beratungskonzept und Selbstverständnis**

Der Beratungsprozess ist weitgehend spezifiziert und im Team abgestimmt. Das Vorgehen bei der Beratung wird von den Mitarbeiterinnen als „lösungsorientiert“, „serviceorientiert“ und „fallorientiert“ charakterisiert. Die diesem Konzept entsprechende Vorgehensweise der Beraterinnen ist, sich den Fall schildern zu lassen, intensiv nachzufragen und dann zwar für den Einzelfall Lösungsvorschläge zu entwickeln, aber den Klient/-innen die Entscheidung über die Vorgangsweise zu überlassen. Die Autonomie der Klient/-innen soll gewahrt werden. Aus Sicht der Beraterinnen sollte die Beratung möglichst erschöpfend erfolgen und Wege zu anderen Beratungen ersparen oder zumindest vereinfachen (Konzept des „One-Stop-Shops“). Somit lässt sich das von den Beraterinnen erarbeitete Beratungskonzept als ergebnisoffene Beratung aus einer Hand kennzeichnen.

Es wird außerdem angestrebt, möglichst neutral zu bleiben, d.h. durch die Beratung sollen sowohl die Unternehmen als auch die Beschäftigten in die Lage versetzt werden, eigene Wünsche und Vorstellungen abzuwägen und Lösungen gemeinsam zu erarbeiten. Letzteres kommt auch bei bestehenden Konflikten zum Ausdruck, wo die Beraterinnen eine

ausschließlich erläuternde und moderierende Rolle einnehmen; die Entscheidungen müssen von den betroffenen Parteien gefällt werden. In einzelnen Fällen werden auch Ansätze des Case Managements verfolgt.

Ein ausführliches, schriftlich dargelegtes Selbstverständnis, zum Beispiel in Form eines Leitbildes, existierte zum Befragungszeitpunkt noch nicht. Es wurde jedoch daraufhin gewiesen, dass versucht werde, beide Zielgruppen umfassend zu allen Fragen des Mutterschutzes, der Elternzeit und des Elterngeldes zu beraten und dabei - über den konkreten Beratungsanlass hinaus – insbesondere bei den Unternehmensberatungen ein Bewusstsein für das Anliegen einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu wecken und, sofern möglich, diesbezügliche Aktivitäten anzuregen. Den Beraterinnen ist es ein besonderes Anliegen, die Möglichkeiten und Bereitschaft von Vätern, Elternzeit zu beanspruchen, zu stärken.

### **3.3 Definition, Ansprache und Erreichung der Zielgruppe**

Ein wichtiger Aspekt der vorliegenden Evaluation ist die Zielgruppenerreichung, die bereits nach einem Jahr einschätzbar ist – im Gegensatz zu den strukturellen Veränderungen, die die Servicestelle ebenso erreichen soll. Die folgenden Aussagen werden auf der Basis der Beratungsstatistik der Servicestelle, einer Beurteilung der Publikationen durch Mitarbeiter/-innen des Evaluationsteams, der Statistik über den Broschürenversand, der Website-Zugriffe, der Dokumentationen der Öffentlichkeitsarbeit, der Interviews mit den Servicestellenmitarbeiterinnen, der Nutzer(innen)befragung und der Befragung der Kooperationspartner getroffen.

#### **3.3.1 Definition der Zielgruppen**

Die direkten Zielgruppen der Servicestelle sind laut Konzeption gleichermaßen werdende Mütter, Väter und junge Eltern sowie Unternehmen mit Arbeitgeberfunktion. Arbeitslosen Personen soll durch die Übernahme von Vertretungen zumindest temporär die Chance auf einen Arbeitsplatz vermittelt werden.

Grundsätzlich stehen die Beratungen allen Unternehmen zur Verfügung, der Fokus liegt allerdings deutlich auf KMU. Bei der Gruppe der Eltern

werden vor allem sozialversicherungspflichtig Beschäftigte angesprochen; arbeitslose Frauen, die einen Wiedereinstieg ins Berufsleben suchen, sind im Beratungsalltag beispielsweise eher die Ausnahme. Ein Alleinstellungsmerkmal der Servicestelle sehen die Mitarbeiterinnen in der grundsätzlich gleichwertigen Ansprache und Beratung von Unternehmen und „jungen Familien“.

Über die genannten direkten Zielgruppen (werdende) Eltern und deren Arbeitgeber/-innen sowie mögliche Vertretungskräfte hinaus werden durch die Arbeit der Servicestelle noch weitere Personengruppen angesprochen. Wie im Konzept des Modellprojekts „Rückkehr aus der Elternzeit – leicht gemacht“ deutlich wird, reiht sich das Modellprojekt in das allgemeine Bestreben des Landes Brandenburg ein, Berufstätigkeit und Familie vereinbar zu gestalten, den Anteil von Frauen am Berufsleben zu fördern und einem drohenden Fachkräftemangel entgegen zu wirken. Daher richtet sich die Aktivität der Servicestelle neben der konkreten, vor allem telefonisch erfolgenden Beratung auch an wichtige Kooperationspartner in diesen Bereichen wie Multiplikatoren einer familiengerechten Arbeitsgestaltung, Unternehmerverbände, aber auch andere Beratungsstellen. Neben der Information zum Thema werden in diesen Gruppen wichtige Kontakt- und Kooperationspartner für die beratende Arbeit der Servicestelle gewonnen. Nicht zuletzt ist aber auch die breite Öffentlichkeit eine indirekte Zielgruppe, die über die Möglichkeiten, Arbeitswelt und Elternschaft zu vereinbaren, informiert und aufgeklärt werden soll.

### **3.3.2 Betrachtung der Instrumente der Zielgruppenansprache**

Für die Ansprache der Zielgruppen setzt die Servicestelle verschiedene Instrumente ein: Darunter ist das Schreiben des Landesamtes für Arbeitsschutz (LAS) an Arbeitgeber/-innen, die eine Schwangerschaft melden, sehr bedeutend (siehe unten). Ein Arbeitsschwerpunkt während des Aufbaus der Servicestelle war die Einrichtung einer Website. Parallel dazu wurden Flyer und Broschüren erstellt. Außerdem setzt die Servicestelle auf Medienarbeit und die Teilnahme an fach- oder zielgruppenspezifischen Veranstaltungen.

Die Instrumente der Zielgruppenansprache sollen im Folgenden, beginnend mit den Informationsangeboten, die sich an die allgemeine Öffentlichkeit richten, dargestellt werden.

### **3.3.2.1 Veranstaltungen**

Im ersten Jahr der Projektlaufzeit (bis Ende Juni 2009) waren die Mitarbeiterinnen der Servicestelle bei fast fünfzig Veranstaltungen als Teilnehmerinnen, Referentinnen oder Diskutantinnen und/oder mit Infoständen präsent. Bei den Veranstaltungen handelte es sich um Tagungen, Podiumsdiskussionen, Arbeits- und Netzwerktreffen, Messen, Informationsbörsen u.ä. Das thematische Spektrum der Veranstaltungen reicht von Auswirkungen des demographischen Wandels über Familienfreundlichkeit in Unternehmen bis zu aktiver Vaterschaft. In der Auftaktphase des Modellprojekts wurde auch eine Tagung zur Vorstellung der Servicestelle veranstaltet.<sup>6</sup> Die Zahl der Einladungen zu Veranstaltungen, regionalen Zusammenschlüssen u.ä. hat sich aus Sicht der Mitarbeiterinnen stetig erhöht. Soweit möglich nehmen sie diese Termine auch wahr, müssen aber – da die Telefonberatung die erste Priorität hat – Termine selektieren.

Insbesondere die Zielgruppe der Arbeitgeber/-innen wird auf Veranstaltungen einschließlich Messen oder Konferenzen gut erreicht, darunter vor allem kleine, jedoch nicht kleinste, Unternehmen. Diese Beobachtung wird durch die Nutzer(innen)befragung bestätigt. Über Veranstaltungen wurden nur kleine, mittlere und große Unternehmen erreicht. Von denen sich an der Befragung beteiligenden Kleinstunternehmen erfuhr keines von der Servicestelle über eine Veranstaltung (vgl. dazu unten). Vertiefte „Kundenkontakte“ ergäben sich bei diesen Veranstaltungen meist aus einer konkreten Problemstellung in dem jeweiligen Unternehmen. Teilnehmer/-innen an den Veranstaltungen sind in der Regel Geschäftsführer/-innen oder andere Personen in verantwortlicher Position, z.B. Personalverantwortliche.

---

<sup>6</sup> Vgl. Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Familie des Landes Brandenburg (Hg.)(Januar 2009): Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit. Dokumentation der Tagung vom 7. Juli 2008 in Potsdam. Potsdam.

Bezüglich der Ansprache und der Kooperation mit Unternehmen und Unternehmensverbänden ist u.a. die Zusammenarbeit innerhalb der LASA mit den dort angesiedelten Netzwerken, Regionalberater/-innen sowie den verschiedenen Projekten, die die Fachkräftesicherung als Ziel verfolgen, von Bedeutung. Die LASA ist bei den Unternehmen weitgehend bekannt und die Servicestelle kann aus Sicht der Beraterinnen von der Reputation der LASA profitieren. Unter Nutzung der LASA-Regionalstrukturen soll insbesondere die Unternehmensansprache zukünftig stärker auf Regionen, aus denen bislang noch weniger Anfragen stammen, ausgeweitet werden.

### **3.3.2.2 Website**

Der in die Website der LASA integrierte Webauftritt der Servicestelle (Aufbau seit Juli 2008) liefert umfassende Informationen für (werdende) Eltern, Unternehmen sowie andere Interessierte. Die Website ist nach folgenden Menüpunkten strukturiert:

- „Beratung (werdende) Eltern“ mit einem Informationstext über das diesbezügliche Angebot der Servicestelle,
- „Beratung Unternehmen“, ebenfalls mit einem Informationstext über das Angebot,
- „Infothek“, welche die Materialien der Servicestelle (Flyer und Info-Pakete), weiterführende Literatur- und Linktipps, Veranstaltungshinweise, Pressemitteilungen, Audiobeiträge sowie das Newsletterarchiv enthält,
- „FAQ – Häufig gestellten Fragen“ (seit Januar 2009), Antworten auf FAQ gegliedert in einen Bereich für Eltern und einen Bereich für Unternehmen,
- „Online Service“, Möglichkeit zur Bestellung von Materialien und zur Kontaktaufnahme mit der Servicestelle,
- „Projektbeirat“, eine Darstellung der Namen und Institutionen der Mitglieder des Beirates.

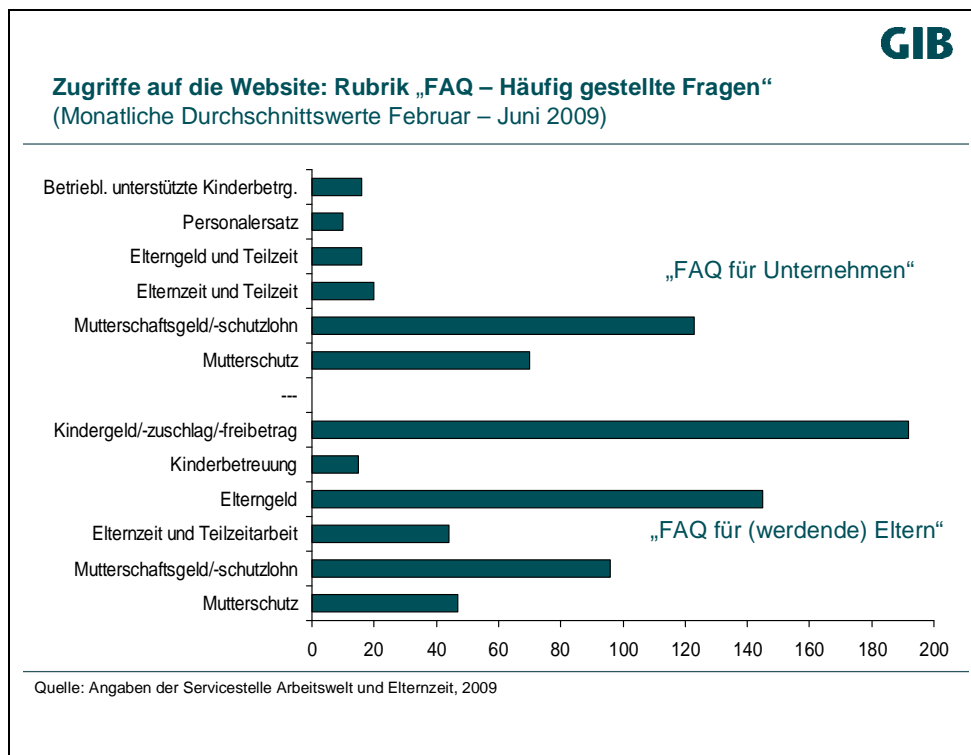
Die Website der Servicestelle ist sehr übersichtlich und klar gegliedert. Das Informationsangebot der Servicestelle, d.h. die Informationsbrochure und der Flyer sind schnell als Downloads in der Infothek zugänglich, wo auch weitere Informationsmaterialien in Form von Verlinkungen zur Verfügung stehen. Es wird an dieser Stelle auch auf Veranstaltungen aufmerksam gemacht, ebenso sind Presseerklärungen, Audiomitschnitte und Links zu anderen Initiativen aufgeführt. Durch diese „Linkliste“ finden Interessierte schnell weitere Informationsangebote. Die gut aufbereiteten FAQs stellen eine wertvolle Ergänzung zum regulären Informationsangebot dar, und es kann ein Newsletter abonniert werden, dessen ältere Ausgaben ebenfalls zugänglich sind. Einzig die Eigenständigkeit der Servicestelle könnte im Internetauftritt durch einen Webauftritt auf einer eigenen Seite (und nicht innerhalb des LASA-Auftritts) hervorgehoben werden.

Im Beobachtungszeitraum (Juli 2008 bis Juni 2009) wurden monatlich durchschnittlich 3083 Zugriffe auf Seiten des Webauftritts der Servicestelle registriert. Die Zugriffsraten zeigten sich dabei relativ stabil, nur zu Jahresbeginn 2009 kam es zu deutlich mehr Zugriffen (eine Ursache dafür könnte das Inkrafttreten geänderter gesetzlicher Regelungen sein, über die sich neue und alte Nutzer/-innen informieren wollten). Die am stärksten nachgefragten Seiten des Webauftritts waren dabei von Februar bis Juni 2009 (für den Zeitraum davor liegt keine detaillierte Auswertung des Zugriffs auf einzelne Seiten vor):

- die Startseite (mit monatlich durchschnittlich 729 Zugriffen, was auf einige hundert Nutzer/-innen pro Monat hindeutet),
- die Kontaktliste der Ansprechpartnerinnen in der Servicestelle (monatlich durchschnittlich 211 Zugriffe),
- unter den FAQ – Häufig gestellten Fragen und Antworten für (werdende) Eltern – die Seite zum Thema „Kindergeld, Kinderzuschlag und Kinderfreibetrag“ (monatlich durchschnittlich 192 Zugriffe) und
- die Eingangsseite zur Infothek (monatlich durchschnittlich 178 Zugriffe).

Ein deutlicher Unterschied in der Nutzung der Website zeigt sich bezüglich der Informationen für Eltern und Unternehmen: Die FAQ für werdende Eltern werden etwa doppelt so häufig abgerufen wie die FAQ für Unternehmen, was darauf schließen lässt, dass unter den Website-Nutzern die Arbeitnehmer/-innen im Zweifel deutlich stärker vertreten sind als die Arbeitgeber/-innen.

Einen Überblick über die Zugriffe auf die einzelnen Themen-Seiten, unterschieden nach FAQ für (werdende) Eltern und FAQ für Unternehmen, bietet die folgende Abbildung 3.



**Abbildung 3: Website-Zugriffe auf die Rubrik „FAQ – Häufig gestellte Fragen“ nach Themen**

Deutlich wird, dass beide Seiten vor allem wegen organisatorischer und finanzieller Fragen im Umfeld von Mutterschutz und Elternzeit Auskunft wünschen und Themen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie wie Teilzeitarbeit, Kinderbetreuung und Teilzeitarbeit während der Elternzeit, bzw. während Elterngeldbezugs nicht im Vordergrund stehen.

Die Zahl der Downloads der Info-Pakete (seit Online-Publikation der Pakete im Dezember 2008) unterstützt den Eindruck, dass (werdende) Eltern stärker erreicht werden als Unternehmen: Die Broschüren für Arbeitnehmer/-innen wurden deutlich häufiger heruntergeladen als die für Arbeitgeber/-innen (491 Downloads gegenüber 297 Downloads im Beobachtungszeitraum Dezember 2008 bis Juni 2009).

Die Zahl der Newsletter-Abonent(inn)en steigerte sich bis zum 2. Quartal 2009 auf über hundert Personen (Aussagen über die Struktur dieser kontinuierlich an der Arbeit der Servicestelle interessierten Gruppe können auf Basis der für die Evaluation zur Verfügung gestellten Daten nicht gemacht werden).

### **3.3.2.3 Broschüren**

Die Servicestelle hat zwei Broschüren entwickelt, die je eine ihrer beiden Hauptzielgruppen Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen mit Informationen zu rechtlichen Regelungen, Fristen, notwendigen und möglichen Handlungsschritten, Gesprächsleitfäden, Checklisten und einer Zeitleiste versorgt. Die Gestaltung der Broschüren kann als übersichtlich und nachvollziehbar beschrieben werden.

Der Informationsgehalt insbesondere der Broschüre für (werdende) Eltern ist hoch und wird in der speziellen Zusammensetzung für sehr nützlich gehalten. Es kann lediglich angemerkt werden, dass in der Darstellung zu stark vom Regelfall eines unbefristeten, nicht-selbstständigen Arbeitsverhältnisses ausgegangen wird. In der für Unternehmen vorbereiteten Broschüre wäre eine breitere Basis an Beispielen guter Praxis wünschenswert. Negativen Aspekten, wie der Notwendigkeit, während der Familienphase als Unternehmen organisatorisch gefordert zu sein, sollten verstärkt positive Aspekte gegenübergestellt werden (z.B. eine geringere Fluktuation und höhere Leistungsbereitschaft).

Die Broschüren sind hochwertig gestaltet und gedruckt. Die Gestaltung mit Piktogrammen, auflockernden Bildern, verschiedene Textfarben und die Verwendung verschiedener Textsorten (Tipps, Informationstexte etc.) erhöht gemeinsam mit der sehr klaren Sprache Lesbarkeit und Verständlichkeit. An den geeigneten Stellen wird auf weitere Informati-

onsquellen verwiesen. Sehr gut sind die Zeitleisten, die sowohl für Unternehmen als auch für Eltern in übersichtlicher Form die jeweils notwendigen Schritte in ihrer zeitlichen Abfolge darstellen. Die Broschüre könnte allerdings (ebenso wie die Flyer und die Website) insgesamt stärker auf die Gleichstellung von Frauen und Männern ausgerichtet sein und die Rolle von Vätern noch mehr betonen. Wichtig ist außerdem, dass das dargestellte Dienstleistungsangebot der Servicestelle an Unternehmen auf den Flyern keine Erwartungen weckt, die nicht erfüllt werden können (z.B. die organisatorische Unterstützung bei Ersatzkräftebeschaffung oder die Vermittlung finanzieller Unterstützungen).

Es bleibt festzustellen, dass seit Juli 2008 382 „Info-Pakete“ (Broschüren) von Eltern bestellt und an diese versendet wurden, bei den Arbeitgeber/-innen sind es „nur“ 157 Paketen (Stand vom 30.06.2009). Die Nachfrage nach den Paketen stieg im bisherigen Projektverlauf in beiden Gruppen kontinuierlich an und erreichte im ersten Quartal 2009 den bisherigen Spitzenwert mit 152 bzw. 58 Bestellungen. Der überwiegende Teil der Broschüren wird von Frauen bestellt.

Die Pakete können telefonisch, schriftlich und online bei der Servicestelle angefordert werden. Ein großer Teil der Pakete wird nach der telefonischen Erstberatung durch die Beraterinnen der Servicestelle, die im Anschluss an die Kontaktaufnahme durch die Nutzer/-innen erfolgte, versendet. Bei Unternehmen trifft fast ausschließlich diese Abfolge zu, nämlich zuerst telefonische Beratung in Anspruch zu nehmen und dann vertiefend schriftliche Materialien zu bestellen.

#### **3.3.2.4 Schreiben des Landesamts für Arbeitsschutz**

Jedes Unternehmen aus Brandenburg, das die Schwangerschaft einer Beschäftigten beim Landesamt für Arbeitsschutz (LAS) meldet, erhält einen Brief des LAS mit zwei Informations-Faltblättern der Servicestelle, darunter der Flyer für den/die Arbeitgeber/-in und der Flyer für die Schwangere, inklusive Antwortkarten an die Servicestelle. (Durch Rücksendung der Antwortkarten können die Arbeitgeber/-innen und die Beschäftigten unabhängig voneinander weitere Informationen von der Servicestelle anfordern.) Im Idealfall gibt der/die Arbeitgeber/-in den entsprechenden Flyer an die Schwangere weiter.

Bei etwa einem Viertel der Lebendgeburten in Brandenburg erhält das LAS eine Meldung der Schwangerschaft von den jeweiligen Arbeitgebern (im Jahr 2007 waren dies knapp 5000 Meldungen). Bei fünf bis zehn Prozent<sup>7</sup> dieser Zielgruppe soll das Projekt über Beratungsleistungen für einen konfliktfreien Verlauf der Mutterschutz- und Elternzeit in den Unternehmen sorgen. Wie oft die Weitergabe des Flyers an die Schwangere erfolgte bzw. nicht erfolgte, ist nicht bekannt. Die Mitarbeiterinnen der Servicestelle schätzen, dass etwa zwei Drittel der Klient(inn)en aufgrund des Flyers und etwa ein Drittel aufgrund der Website den Kontakt zur Servicestelle aufnehmen.

Die Nutzer(innen)befragung zeigte, dass 45,9 Prozent der befragten, zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme berufstätigen Frauen den Flyer durch den/die Arbeitgeber/-in erhielten. Bei den jungen Vätern erhielt einer von fünf auch Informationen von seiner oder seinem Arbeitgeber/-in. Über die Website wurden nur 8,1 Prozent der Frauen, aber 40 Prozent der Männer unter den Arbeitnehmer/-innen, die sich an der Befragung beteiligten, auf das Angebot aufmerksam. Dass sich primär (werdende) Mütter bei der Servicestelle melden, ist auch ein Resultat der Ansprache, denn die Zielgruppe der Schwangeren und ihrer Arbeitgeber/-innen kann über den Brief des LAS erreicht werden. Einen vergleichbaren Informationsfluss für (werdende) Väter und ihre Arbeitgeber/-innen gibt es nicht.

Die gute Resonanz deutet aus Sicht der Mitarbeiterinnen der Servicestelle darauf hin, dass auf Arbeitgeberseite grundsätzlich eine Offenheit für die Gestaltung der Elternzeit besteht, die dazu führt, dass sie den Flyer weitergeben oder sich selbst beraten lassen.

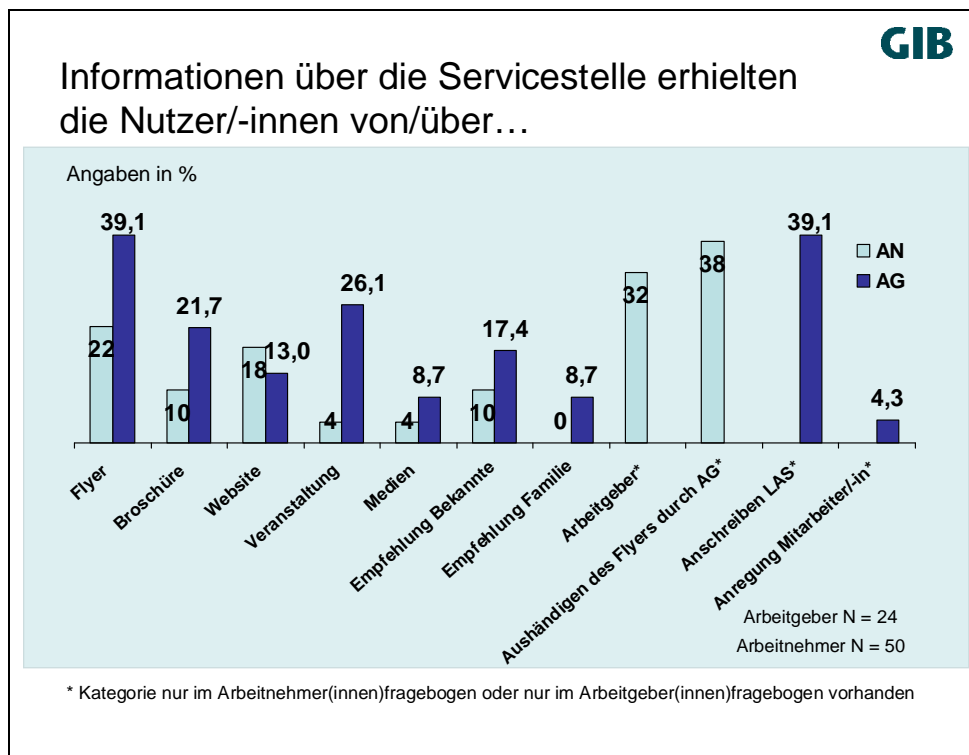
Die Zielgruppenansprache über die LAS stellt einen innovativen Ansatz des Projekts dar, dessen Erfolg zu Beginn offen war. Aus Sicht der Servicestelle zeigt der bisherige Projektverlauf, dass die gewählte Vorgehensweise als ideal und sehr wirkungsvoll für die Zielgruppenenerreichung einzustufen ist.

---

<sup>7</sup> Vgl. MASF, Konzept und Zielsetzung des Modellprojekts vom 27.11.2007, S. 10.

Ergänzend zur Statistik und den Aussagen der Mitarbeiterinnen der Servicestelle gibt ein Blick auf die durchgeführte Nutzer(innen)befragung Aufschluss darüber, inwieweit und durch welche Medien die direkten Zielgruppen erreicht wurden. Einschränkend ist dazu anzumerken, dass es sich bei den Befragten um keine repräsentative Stichprobe handelt.<sup>8</sup>

Sowohl Arbeitnehmer/-innen als auch Arbeitgeber/-innen geben an, dass sie durch das Anschreiben des LAS und den beziehungsweise die zugehörigen Flyer auf die Servicestelle aufmerksam wurden. Die folgende Grafik verdeutlicht dies.



**Abbildung 4: Informationen über die Servicestelle erhielten die Nutzer/-innen von/über...**

Die Flyer und der Verteilungsweg über das LAS, das die Flyer an die Unternehmen verschickt und um Weitergabe an die Arbeitnehmerin bittet, schlägt sich eindeutig in der Nutzer(innen)befragung nieder. Aller-

<sup>8</sup> Vgl. Fußnote 1.

dings ist zu berücksichtigen, dass sich die Kategorien „Flyer“ einerseits und auf Arbeitnehmerseite: „Aushändigen des Flyers durch Arbeitgeber/-in“ bzw. auf Arbeitgeberseite: „Anschreiben des Landesamtes für Arbeitsschutz“ andererseits, weitestgehend überschneiden, da die Flyer auf eben diesem Weg verteilt werden. Deutlich wird außerdem, dass Arbeitgeber/-innen vor allem auf Veranstaltungen vom Angebot der Servicestelle erfuhren, und auch aus dem Bekanntenkreis, so dass hier das Networking der Unternehmen untereinander ein wichtiger Faktor für den Informationsfluss ist.

Für die Kontaktaufnahme bestand sowohl auf Arbeitgeber(innen)- als auch auf Arbeitnehmer(innen)seite ein konkreter Anlass. Das sagen 93,9 Prozent der befragten Arbeitnehmer/-innen und 79,2 Prozent der Arbeitgeber/-innen, die restlichen 6,1 bzw. 20,8 Prozent der Nutzer/-innen wandten sich mit einem allgemeinen Informationsinteresse an die Servicestelle.

Bei der Möglichkeit von Mehrfachnennungen gaben 63,2 Prozent der Unternehmer/-innen und 78,3 Prozent der Arbeitnehmer/-innen an, dass der konkrete Anlass eine Schwangerschaft war. Bei den Arbeitgeber/-innen tauchten zudem in zwei Fällen Fragen zur Elternzeit eines Mitarbeiters und in einem Fall zur Elternzeit einer Mitarbeiterin auf. Die Arbeitnehmer/-innen hatten ebenfalls einen großen Beratungsbedarf zur Elternzeit, die sie selbst (50%) oder die Partnerin oder der Partner (23,9%) in Anspruch nehmen wollten. 15,2 Prozent ließen sich beraten, weil sie Probleme mit der/dem Arbeitgeber/-in hatten. Daneben waren Fragen zum Elterngeld, zu rechtlichen Grundlagen der Elternzeit, Kündigungsschutz und Wiedereinstieg nach der Elternzeit Thema in den Beratungen.

### **3.3.2.5 Beratungen**

Die Beratungen von Klient/-innen wurden im ersten Jahr des Modellprojekts für den internen Austausch der Beraterinnen erfasst, ohne dass dabei der Anspruch einer ausführlichen Dokumentation oder Fallberichtserstattung im Vordergrund stand. Grundsätzlich werden von den

Beraterinnen Kontaktdaten und Beratungsinhalte aufgenommen. Allerdings wird auf die Kontaktdaten der Anfragenden auch dann oft verzichtet, wenn keine weiteren Informationen notwendig oder gewünscht waren. Soweit möglich werden bei jeder Beratung – zuerst auf einem Erhebungsbogen und dann übertragen in eine Excel-Datei – die Beratungsthemen (nach Kategorien, siehe unten) erfasst, sowie vermerkt, ob der/die Klient/-in weiblich oder männlich sowie Vertreter/-in der Arbeitgeber- oder Arbeitnehmerseite war. Während die Dokumentation der Beratungsanlässe und Beratungsinhalte in der Anfangsphase umfangreicher war, um auch den internen Austausch zu fördern, werden nach etwa einem Jahr mit zunehmender Erfahrung und Ressourcenknappheit nur in exzeptionellen Fällen umfassendere Beschreibungen angelegt.

Die Zahl der im Rahmen der internen Falldokumentation erfassten Beratungen durch die Mitarbeiterinnen der Servicestelle liegt bei 529 (Stand vom 30.06.2009). Davon entfallen 395 auf Arbeitnehmer/-innen (darunter 320 weibliche und 75 männliche Anfragende) und 134 auf Arbeitgeber/-innen (darunter 95 weibliche und 39 männliche Anfragende). 21 Beratungen fanden in den Räumlichkeiten der LASA statt, die anderen wurden telefonisch durchgeführt. Damit ist bei den Arbeitnehmer(inne)n bereits im ersten Jahr die Obergrenze der Zielgröße für Beratungen fast erreicht, bei den Arbeitgeber(inne)n jedoch unterschritten.

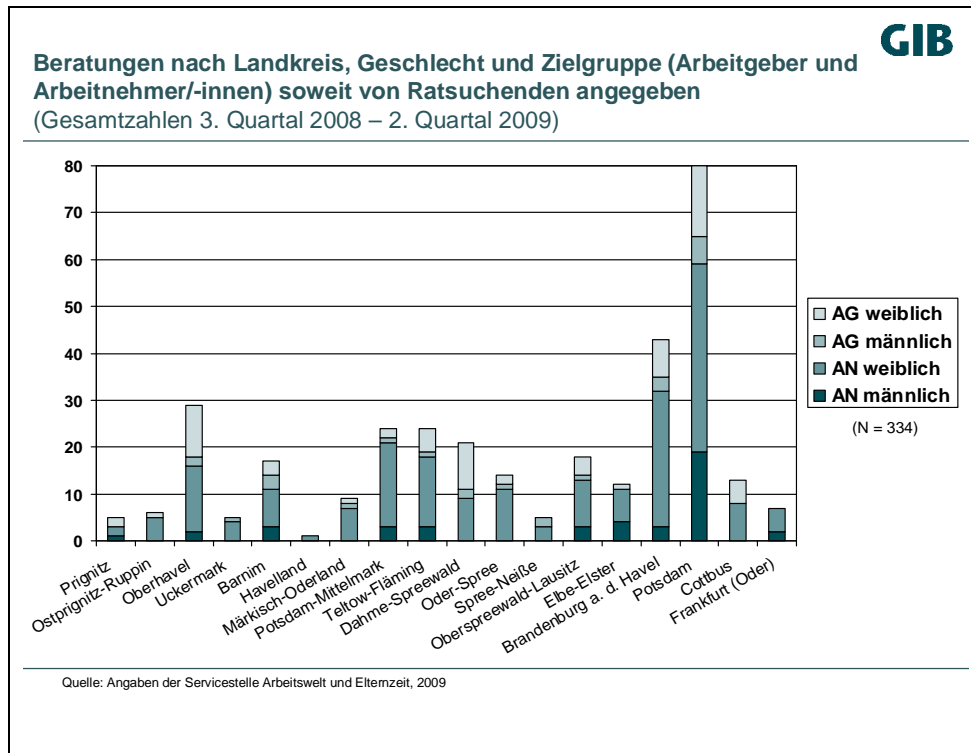
Demographische Angaben der Nutzer/-innen der Beratungen wurden nicht vollständig dokumentiert: Das Alter ist in rund einem Viertel der Fälle erfasst und der Wohnort in etwa zwei Drittel der Fälle festgehalten. In den vorhandenen Daten zeigt sich, dass sich insbesondere die Altersgruppe der 30- bis 40-jährigen an die Servicestelle wendet. Dies wird auch durch die Nutzer(innen)befragung bestätigt. So sind die an der Befragung teilnehmenden Nutzer/-innen zu 30,6 Prozent im Alter von 20 bis 30 Jahren, zu 67,4 Prozent im Alter von 30 bis 40 Jahren und nur 2 Prozent sind 40 Jahre und älter (vgl. Tabelle 4).

Alter	Häufigkeit	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
21	1	2,0	2,0
25	2	4,1	6,1
26	3	6,1	12,2
27	5	10,2	22,4
28	2	4,1	26,5
29	2	4,1	30,6
30	4	8,2	38,8
31	8	16,3	55,1
32	7	14,3	69,4
33	5	10,2	79,6
34	3	6,1	85,7
35	1	2,0	87,8
36	3	6,1	93,9
38	1	2,0	95,9
39	1	2,0	98,0
42	1	2,0	100,0
Gesamt	49	100,0	

**Tabelle 4: Alter der Nutzer/-innen der Servicestelle**

Insgesamt haben die Nutzer/-innen, die den Fragebogen zurücksandten, ein Durchschnittsalter von 31 Jahren.

Wie die folgende Abbildung zur regionalen Verteilung der Nutzer/-innen nach Landkreisen bzw. kreisfreien Städten zeigt, sind insbesondere Ratsuchende aus Potsdam und Brandenburg an der Havel überproportional häufig vertreten, was sich durch die regionale Wirtschaftsstruktur und die Geburtenrate der Regionen erklärt, die sich auf diese Städte konzentriert. Weniger als ein Zehntel der Beratungen entfällt auf Nutzer/-innen, die nicht in Brandenburg leben (darunter v.a. Ratsuchende aus Berlin).

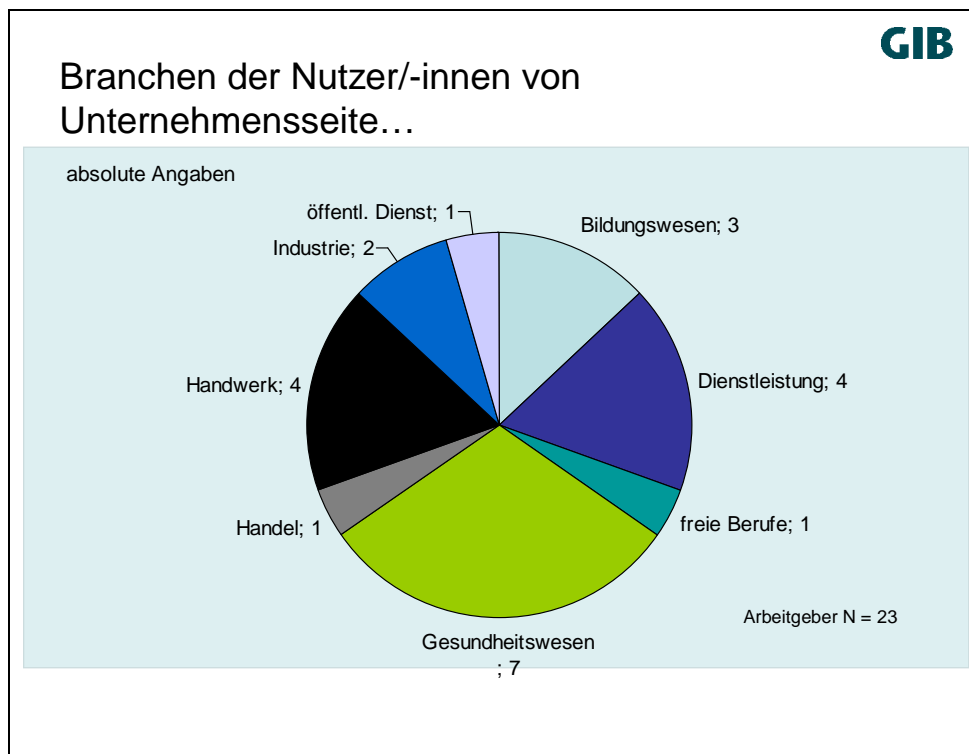


**Abbildung 5: Beratungen nach Landkreis, Geschlecht und Zielgruppe (AG/AN)**

### 3.3.3 Zusammenfassende Bewertung der Zielgruppenerreichung

Die Nutzer/-innen der Servicestelle verteilen sich bisher etwa zu einem Drittel auf Unternehmen und zu zwei Dritteln auf (werdende) Eltern. Diese Verteilung bildet sich im Übrigen auch in der Nutzer(innen)befragung und in den Zugriffen auf der Website zu Arbeitnehmer(innen)- und Arbeitgeber(innen)themen nahezu identisch ab. Eine Begründung dafür sehen die Beraterinnen der Servicestelle darin, dass bei den Unternehmen mehr „Vorarbeit“, Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für eine pro-aktive Haltung notwendig ist als bei den unmittelbar betroffenen (werdenden) Eltern. Ihrer Erfahrung nach muss bei den Unternehmen vielfach das Thema erst „eingeführt“ werden. Eine weitere Beobachtung ist, dass die Kontaktaufnahme von Unternehmensseite seltener direkt durch die Geschäftsführung oder die Personalverantwortlichen als vielmehr die Anfrage über die Sekretariate, teilweise auch externe Sekreta-

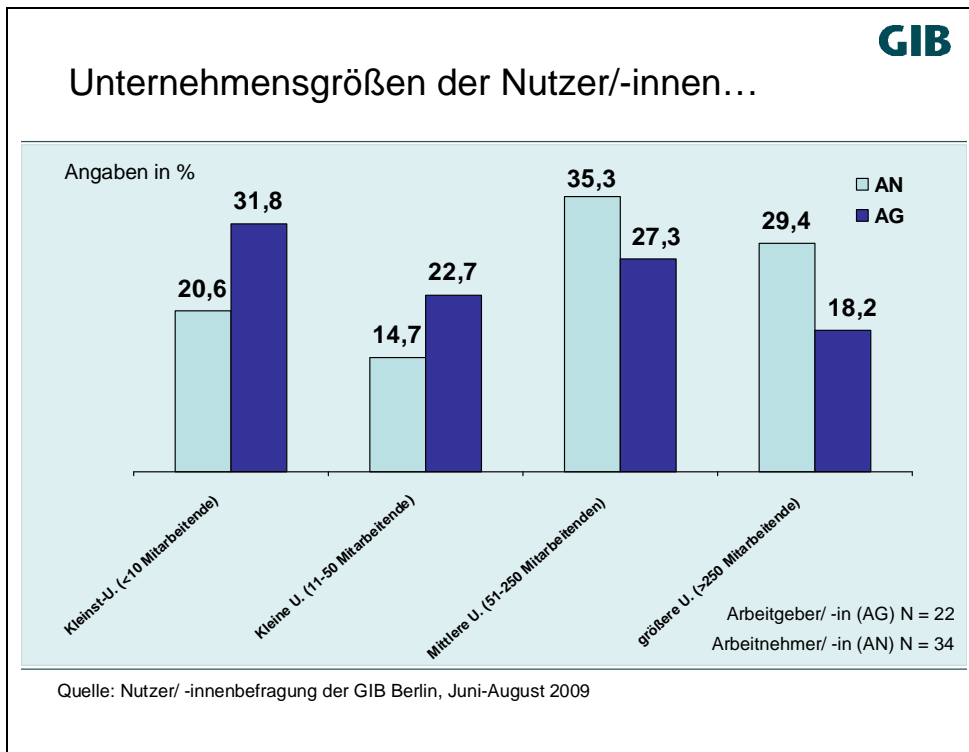
riate, und vorwiegend durch weibliche Beschäftigte erfolgte (was eine Anweisung der Geschäftsleitungen nicht ausschließt). Die Praxis zeige auch, dass eine aktive und erfolgreiche Gestaltung der Elternzeit sehr oft vom Engagement einer einzelnen Person im Unternehmen abhängt. Bei den Unternehmen beobachten die Beraterinnen außerdem, dass sich häufiger KMU aus dem nicht-produzierenden Gewerbe und dem Handwerk an die Servicestelle wenden. Dieser Eindruck wird wiederum auch aus dem Rücklauf der Nutzer(innen)befragung von Unternehmensseite bestätigt (vgl. Abb. 6).



**Abbildung 6: Branchen der Nutzer/-innen von Unternehmensseite**

Nach Einschätzung der Beraterinnen werden vor allem Kleinstunternehmen mit bis zu zehn Beschäftigten erreicht (etwa 3/4 zählen zu dieser Kategorie, wobei sich an der Nutzer(innen)befragung nur ein Drittel Kleinstunternehmer/-innen beteiligten). Daneben melden sich größere Arbeitgeber wie Kommunen, Gemeinden oder Wohlfahrtsverbände mit Beratungsbedarf.

Das Angebot der Servicestelle richtet sich in erster Linie an kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), deren Mitarbeiter(innen)zahl 250 nicht übersteigt. Betrachtet man dazu die Angaben aus der der Nutzer/-innenbefragung zur Größe des Unternehmens, in dem sie tätig sind, ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abbildung 7):



**Abbildung 7: Unternehmensgröße der Nutzer/-innen**

Insbesondere auf Arbeitgeber(innen)seite werden mit 81,8 Prozent vor allem KMU erreicht. Auf der Arbeitnehmer(innen)seite wenden sich auch fast ein Drittel der Angestellten größerer Unternehmen an die Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit. Auf Arbeitnehmer(innen)seite werden vor allem Frauen erreicht, die sich mit persönlichem Beratungsbedarf melden. Männer suchen sowohl nach Informationen für ihre Partnerin als auch für sich selbst.

In der Regel wenden sich Personen, die in Beschäftigung stehen, an die Servicestelle. Die Arbeitnehmer/-innen sind primär Angestellte, u.a. im sozialen Dienstleistungsbereich, und seltener Arbeiter/-innen. In Einzelfällen werden aber auch (Langzeit-)Arbeitslose beraten, wobei diese vor allem Beratungsbedarf zu sozialen oder finanziellen Fragen haben; in

diesen Fällen werden sie an andere Institutionen, möglichst an konkrete Ansprechpersonen, weiter verwiesen.

Der bereits von den Mitarbeiterinnen der Servicestelle festgestellte deutlich höhere Anteil von Frauen unter den Anrufenden schlägt sich wiederum auch in beiden Zielgruppen der Nutzer(innen)befragung nieder. So sind 88 Prozent der an der Befragung teilnehmenden Arbeitnehmer/-innen und 62,5 Prozent der teilnehmenden Arbeitgeber/-innen weiblich.

Die Arbeitnehmer/-innen, die sich an der Nutzer(innen)befragung beteiligten, waren zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme überwiegend berufstätig (84%). Eine Person war arbeitslos, eine befand sich in Ausbildung, zwei Personen waren bereits im Mutterschutz und vier in Elternzeit, als sie sich an die Servicestelle wandten. Damit wird die Zielgruppe der Arbeitnehmer/-innen sehr gut erreicht und auch überwiegend zu einem frühen Zeitpunkt, d.h. vor Mutterschutz und Elternzeit.

### **3.4 Beratungsbedarf und Beratungserfolg**

Im folgenden Kapitel geht es um eine Einschätzung des Beratungsbedarfs und des Beratungserfolgs. Hierzu werden die Sicht der Mitarbeiterinnen der Servicestelle, der Nutzer/-innen und der Kooperationspartner ausgewertet ebenso wie die Beratungsstatistik der Servicestelle.

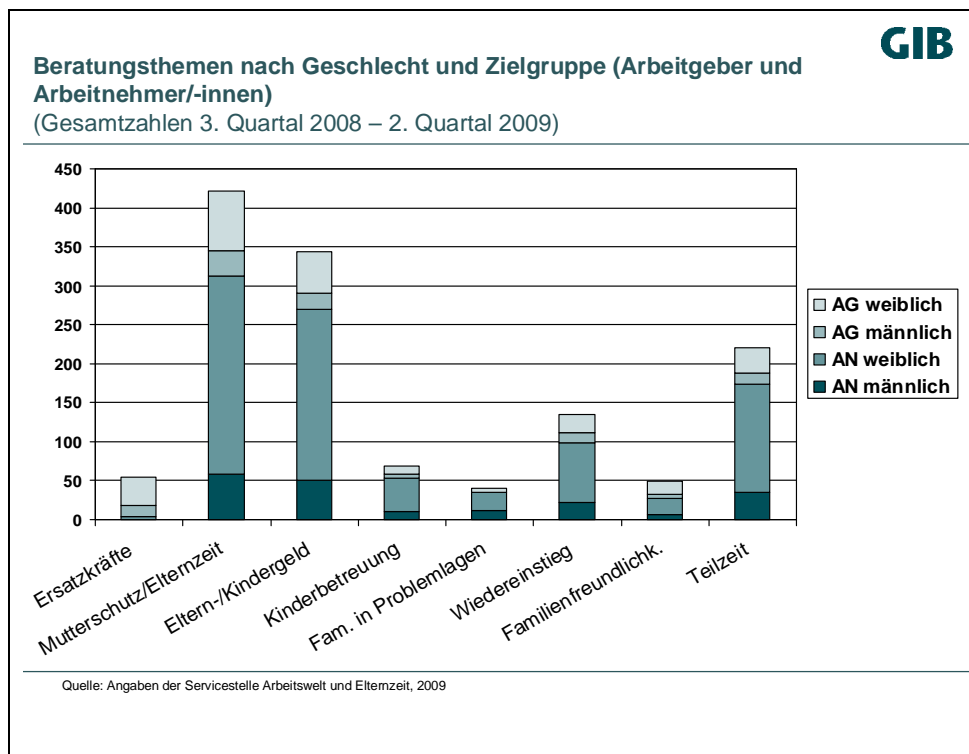
#### **3.4.1 Beratungsbedarf und Beratungsinhalte**

Da zu Projektbeginn nur wenig Erfahrungswerte vorlagen und aus Sicht der Beraterinnen der Aufbau der Servicestelle unter der Prämisse erfolgte, so rasch wie möglich Beratungen anbieten zu können, konnte zu Projektbeginn (zwangsläufig) nicht systematisch erhoben, zu welchen Themen konkreter Beratungsbedarf besteht.

##### *Beratungsinhalte*

Die am häufigsten besprochenen Themen sind, der internen Statistik der Servicestelle zufolge, rechtliche Fragen zu Mutterschutz und Elternzeit (in 422 Beratungen) und die finanziellen Förderungen Elterngeld und Kindergeld (in 344 Beratungen). Explizit zu Teilzeitregelungen und Fragen des (Wieder-)Einstiegs in das Berufsleben wurde vergleichsweise

häufiger beraten (220 bzw. 135 Mal) als zu den Themen Kinderbetreuung oder Ersatzkräftevermittlung und sonstige betriebliche Maßnahmen für Familienfreundlichkeit (jeweils rund 50 Beratungen<sup>9</sup>). Erklärbar dadurch, dass die Betroffenen nicht explizite Zielgruppe der Servicestelle sind, verzeichnet die Kategorie „Familien in Problemlagen“ die geringste Zahl an Beratungen. Die folgende Abbildung bietet einen Überblick, wie häufig die einzelnen Beratungsthemen in Gesprächen mit Arbeitgeber- bzw. Arbeitnehmerseite bzw. mit weiblichen und männlichen Ratsuchenden enthalten sind.



**Abbildung 8: Beratungsthemen nach Geschlecht und Zielgruppe (AG/AN)**

Aus Sicht der Beraterinnen bilden rechtliche Aspekte (diese sind zu unterscheiden von einer Rechtsberatung, die die Servicestelle nicht leistet) die Klammer um alle weiteren Beratungsinhalte, die wie erwähnt eng verknüpft sind (z. B. die Themen Wiedereinstieg und Teilzeit). Beratungen zu betrieblichen Maßnahmen zur Förderung von Familienfreundlich-

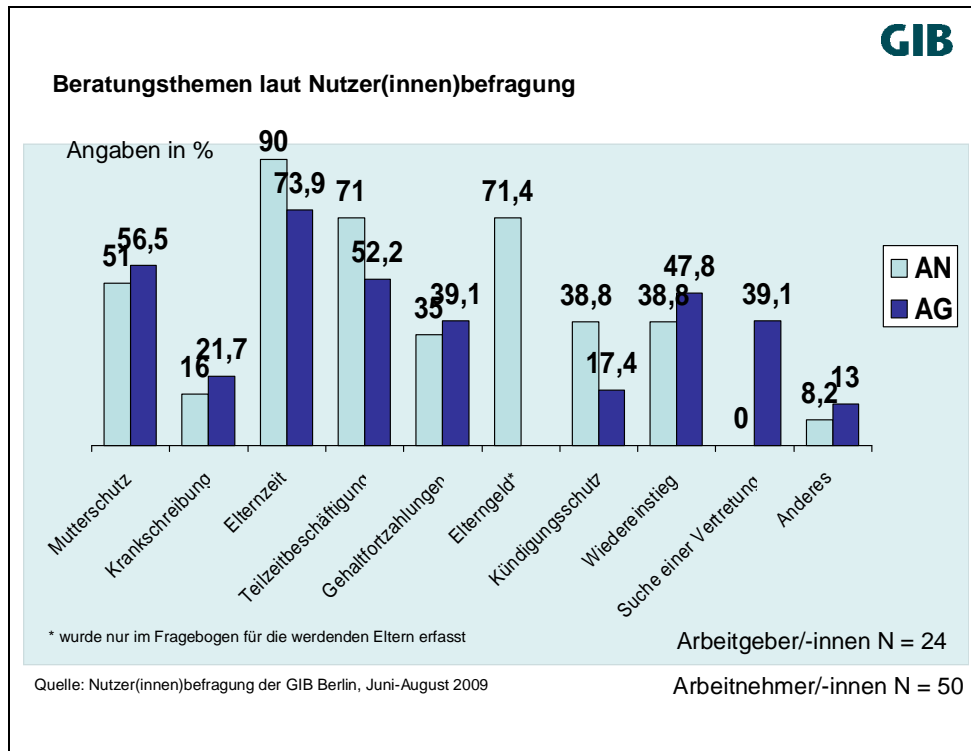
<sup>9</sup> Nur für Arbeitgeber(innen) zutreffend und dadurch geringere Grundgesamtheit.

keit finden deshalb seltener statt, da die Inhalte den Erfahrungen der Beraterinnen nach oft zu komplex für Erstgespräche sind. Auch weitere relevante Fragen der Gleichstellung, die direkte Effekte auf die Gestaltung von Arbeitsverhältnissen und familienbedingte Auszeiten haben, werden in den Beratungen nur sehr vorsichtig berührt. Allerdings zeigt sich bisweilen die grundsätzliche Bereitschaft, sich diesem Thema zu widmen.

Zwischen Arbeitgeber(inne)n und Arbeitnehmer(inne)n sind unterschiedliche Interessenslagen, aber nur wenige Unterschiede bei den Beratungsinhalten festzustellen. Die Beratungsanfragen bei Arbeitnehmer(inne)n sind nach Erfahrung der Beraterinnen häufiger allgemein gehalten, Arbeitgeber/-innen melden sich eher mit konkreten Fragen – aber auch in diesen Fällen ergibt sich in den Gesprächen meist ein umfassender Beratungsbedarf. Der Informationsstand der Unternehmen vor den Beratungen ist sehr unterschiedlich. Gelegentlich finden gemeinsame Beratungen von Arbeitgeber(inne)n und Arbeitnehmer(inne)n statt, welche deutlich positive Effekte haben, weil sie zur Prävention von Problemen beitragen.

Die Nutzer(innen)befragung bestätigt die Eindrücke der Servicestellenmitarbeiterinnen. Die werdenden Eltern wenden sich mit einer Vielzahl an Fragen an die Servicestelle; so gab keine der befragten Personen an, dass er oder sie nur zu einem Thema beraten worden wäre, sondern dass mindestens zwei der vorgegebenen Kategorien Thema in der Beratung waren. Eine Zusatzauswertung zeigt, dass vor allem Mitarbeiter/-innen von KMU signifikant häufiger Beratungsbedarf bei den Themen Mutterschutz und Lohnfortzahlungen haben, als Angestellte größerer Unternehmen.

Bei den Unternehmenden gibt es einen kleinen Anteil von 13 Prozent, der sich mit einer konkreten Frage an die Servicestelle wandte und keine weiteren Themen zum Gegenstand der Beratung wurden. Eine Übersicht über die Beratungsthemen, die laut Befragung Inhalt des Kontakts mit der Servicestelle waren, gibt die folgende Abbildung 9.



**Abbildung 9: Beratungsthemen laut Nutzer(innen)befragung**

In der Kategorie „Anderes“ wurden vor allem spezielle Fragen aufgeführt, wie die nach Regelungen zu Elternzeit und Ausbildung, befristeten Arbeitsverträgen und Elterngeld nach einem Auslandsaufenthalt, aber auch allgemeine Fragen danach, „was wann, wo und wie“ zu beantragen ist.

### *Thema Ersatzkräftevermittlung*

Der konkrete Anlass für Unternehmen, sich an die Servicestelle zu wenden, ist häufig die Suche nach einer Ersatzkraft für die Zeit des Mutterschutzes oder der Elternzeit von Beschäftigten. Die Unterstützung der Ersatzkräftevermittlung ist ein sehr wesentliches, aber aus Sicht der Mitarbeiterinnen auch schwieriges Tätigkeitsfeld für die Servicestelle. Die Schwierigkeiten ergeben sich aus dem Sachverhalt an sich, dass sich Arbeitgeber/-innen schnell verfügbare, eingearbeitete und möglichst über Förderungen finanzierte Ersatzkräfte wünschen, diese aber nicht verfügbar sind. In den Beratungen zeigt sich, dass in bestimmten Berufen regional sogar überhaupt keine arbeitslosen Kräfte zur Verfügung

stehen. Die Servicestelle informiert über die Möglichkeit, bei der Bundesagentur für Arbeit (BA) nach Ersatzkräften zu suchen und bietet den Arbeitgeber(inne)n den Service, direkte Ansprechpersonen der BA zu vermitteln, um Warteschleifen zu vermeiden. Der Kontakt zur BA wird über die Beauftragten für Chancengleichheit hergestellt (siehe Abschnitt zu Kooperationspartnern unten), die die Servicestelle in der Regel auch über den Fortgang der Fälle informiert. Die Servicestelle ist nicht in die Abstimmung der Unternehmen mit der BA involviert.

#### *Thema Väter-Elternzeit*

Noch eher selten informieren sich Arbeitgeber/-innen über die Väter-Elternzeit, und auch hier sind große Informationsdefizite festzustellen. Häufig besteht z. B. die Annahme, es gebe unterschiedliche Elternzeit-Regelungen für Frauen und Männer.

Die Mehrzahl der Beratungen entfällt nach Angaben der Beraterinnen auf ausführliche Erstberatungen mit einer Dauer von 30 bis 45 Minuten. Wenn Detailrecherchen zu speziellen Themen notwendig sind, erfolgt die Informationsweitergabe an die Klient(inn)en in der Regel zeitnah, d.h. möglichst am selben Tag. Mitunter wird an andere Stellen (z.B. die Servicestelle Elternzeit im BMFSFJ) weiter verwiesen, wobei der Anspruch besteht, die Klient(inn)en gezielt an geeignete Ansprechpersonen zu vermitteln.

Generell machen die Beraterinnen die Erfahrung, dass die verschiedenen gesetzlichen Regelungen für die Betroffenen sehr kompliziert sind. Es zeigt sich außerdem, dass Informationsdefizite vorhanden sind, die wesentliche finanzielle Konsequenzen für junge Eltern haben. Als Beispiel seien die unterschiedlichen Effekte von normalen Krankschreibungen und „schwangerschaftsbedingten Krankheiten“ auf die Berechnung des Elterngeldes genannt. Die Servicestelle informiert darüber bei jeder Beratung und rät den Betroffenen, derartige Aspekte zu berücksichtigen.

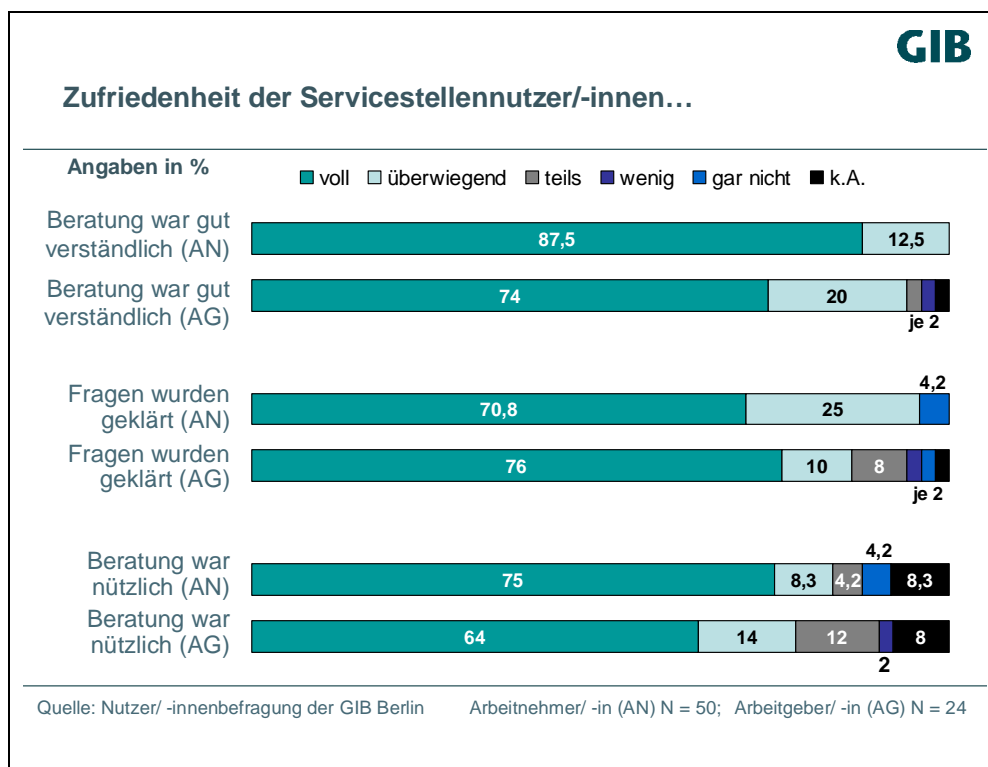
#### **3.4.2 Beratungserfolg**

Die Beurteilung des Beratungserfolgs erfolgt anhand der Nutzer(innen)befragung, wobei dieser im Rahmen der vorliegenden Evalua-

tion vor allem als Zufriedenheit operationalisiert wird. Weitere Zielgrößen hätten eines umfangreicheren und längerfristigen Vorgehens bedurft.

### 3.4.2.1 Zufriedenheit mit der Beratung

Die Nutzer/-innen der Servicestelle wurden zu ihrer Zufriedenheit mit der Beratungsleistung befragt und gebeten, einzuschätzen, inwieweit die Beratung in verschiedener Hinsicht hilfreich war (vgl. Abbildung 10).



**Abbildung 10: Zufriedenheit der Servicestellennutzer/-innen**

In der Gegenüberstellung der Einschätzungen der Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen wird neben der insgesamt sehr positiven Bewertung der Servicestellenarbeit (überwiegend (zum Teil deutlich) über 70%) ein etwas unterschiedliches Antwortverhalten deutlich. So sind Arbeitnehmer/-innen durchweg etwas zufriedener mit der Beratung der Servicestelle als Arbeitgeber/-innen (vgl. Abbildung 10). Im Ergebnis kommen auf Grundlage der Nutzer(innen)befragung 75% (83,3%)<sup>10</sup> der

<sup>10</sup> In Klammern sind die Wertungen „trifft sehr zu“ und „trifft zu“ zusammengefasst.

Arbeitnehmer/-innen und 64% (78%) der Arbeitgeber/-innen zu dem Urteil, dass die Beratung der Servicestelle sehr nützlich gewesen sei. Was die Klärung von Fragen betrifft, ist den Antworten zu entnehmen, dass die Servicestelle auf konkrete Fragen sehr gut eingegangen ist und die Nutzer/-innen mit der Beratung auch hier sehr oder überwiegend zufrieden waren. Das schlägt sich auch in den weiteren Rechercheaktivitäten der Nutzer/-innen nieder. So geben 78,3% der Arbeitgeber/-innen an, keine weiteren Informationen bei anderen Stellen nachgefragt zu haben. Auch 54% der Arbeitnehmer/-innen fanden ihren Informationsbedarf gedeckt. Die andere knappe Hälfte informierte sich weiter bei einer oder zwei anderen Stellen, wobei hier die Elterngeldstelle des Jugendamtes und die Servicestelle Elterngeld beim BMFSFJ die häufigsten Nennungen auf sich vereinigen. Eine fortführende Beratung fand also vor allem in Hinblick auf die Beantragung und den Erhalt des Elterngeldes bei den zuständigen Stellen statt.

Auch die Arbeitgeber/-innen, die sich weiter informierten, taten dies bei der Servicestelle Elterngeld des BMFSFJ. Zudem wandte sich eine Unternehmerin ans Arbeitsamt und an eine private Arbeitsvermittlung, eine ans LAS und eine an die Krankenkasse. Da es für die Arbeitgeber/-innen keinen vergleichbaren Anspruch auf Unterstützungsleistungen gibt, wie ihn werdende Eltern im Rahmen des Elterngeldes haben, ist auch die Möglichkeit, sie auf weitere Unterstützungsangebote hinzuweisen, eingeschränkt. Insgesamt sind – abgesehen von den Beratungen zur Elterngeldantragsstellung – kaum Informationen bei weiteren Stellen eingeholt worden, was den Rückschluss zulässt, dass die Beratungen der Servicestelle im Regelfall die Fragen der Ratsuchenden zufrieden stellend beantworten können.

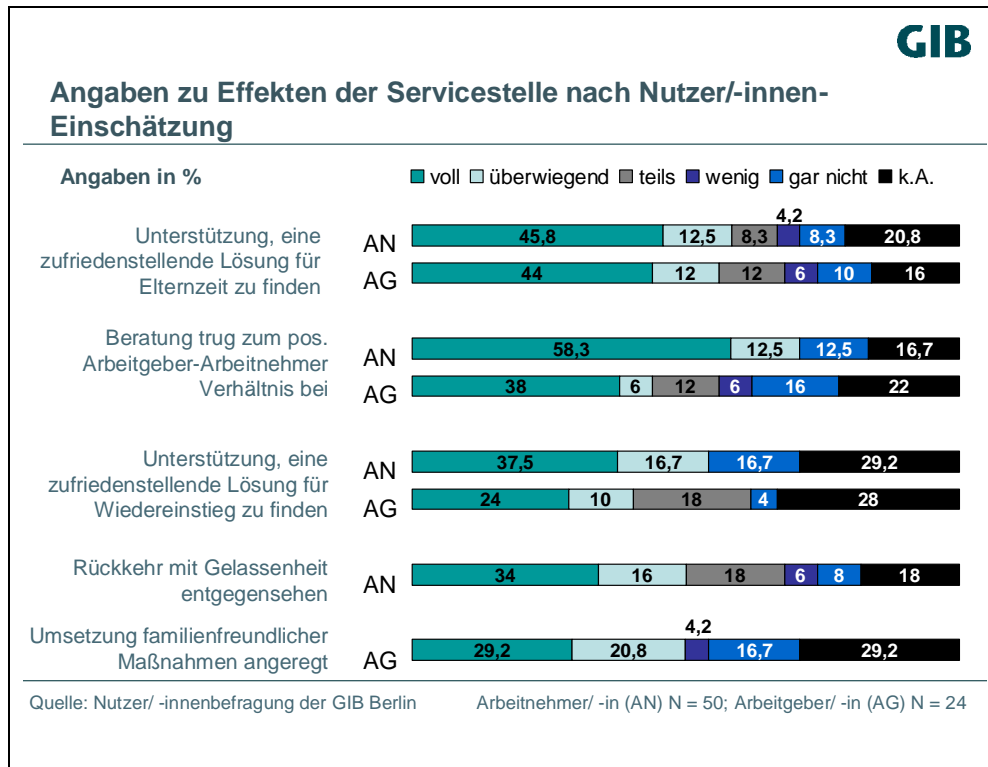
Darauf weist auch die fast einhellige Zustimmung auf die Frage, ob Angebote wie die Servicestelle auch in anderen Bundesländern eingerichtet werden sollten, hin. Bei den Arbeitnehmer/-innen antworteten bei einer Enthaltung 89,8 Prozent mit einem „ja“ und die restlichen 10,2 Prozent mit einem „eher ja“. Auf der Arbeitgeber(innen)seite fällt die Zustimmung fast genauso einstimmig aus: 79,2 Prozent meinten „ja“, 16,7 Prozent „eher ja“ und nur eine Person (4,2%) „eher nein“, wobei letztere offensichtlich auf der Suche nach einer Ersatzkraft war, die ihr von der

Servicestelle nicht (direkt) vermittelt werden konnte. Insgesamt fällt die Einschätzung der Nutzer/-innen somit sehr positiv aus.

### **3.4.2.2 Effekte der Beratung**

Um die Effekte der Beratung zu erfassen, wurden die Servicestellennutzer/-innen gefragt, ob die Beratung zu einer zufrieden stellenden Regelung der Elternzeit zwischen Arbeitgeber/-innen- und Arbeitnehmer(innen)seite, des Weiteren zu einem positiven Verhältnis zwischen beiden Seiten beitrug, die Arbeitnehmer/-innen ihrem Wiedereinstieg mit mehr Gelassenheit entgegensehen und die Betriebe zur Umsetzung familienfreundlicher Maßnahmen angeregt wurden.

Auch hier fallen die Einschätzungen wie bei der Zufriedenheit vor allem positiv aus, doch ca. ein Viertel der Befragten sieht hier wenige oder keine Effekte. Zudem fällt auf, dass in beiden Nutzer(innen)gruppen zahlreiche Befragte eine Antwort vermeiden, was angesichts des grundsätzlichen Wohlwollens gegenüber der Servicestelle, das in der Stichprobe vermutet werden kann, auch auf eine eher zurückhaltende Einschätzung hindeutet (vgl. Abb. 11).



**Abbildung 11: Angaben zu Effekten der Servicestelle nach Nutzer(innen)einschätzung**

Bei den strukturellen und langfristigen Veränderungen scheint der Einfluss der Servicestelle eher limitiert zu sein, was jedoch bei den großen Querschnittsaufgaben in der Natur der Sache liegt. Der Servicestelle kann mit ihrem Beratungsangebot nicht die überwiegende Verantwortung für die Gestaltung von familienfreundlichen Beschäftigungsverhältnissen übertragen werden, und sie kann in einem Jahr mit ihrer Arbeit nur schwer offensichtliche Veränderungen erreichen. Dies ist eine Aufgabe, zu deren Bewältigung die Servicestelle bereits einen wichtigen Beitrag leistet, deren Lösung aber ein breiteres Verantwortungsbeusstsein bei allen relevanten Akteuren erfordert.

### 3.5 Kooperation und Konkurrenz

Bereits in der Konzeption war eine enge Kooperation der Servicestelle mit vorhandenen Strukturen vorgesehen – einerseits mit den Regionalbüros der LASA und andererseits mit den vorhandenen Kooperations-

partnern des Trägers, wie etwa der Agentur für Arbeit und Unternehmensverbänden.

### *Wichtigste Kooperationspartner, Form und Inhalte der Zusammenarbeit*

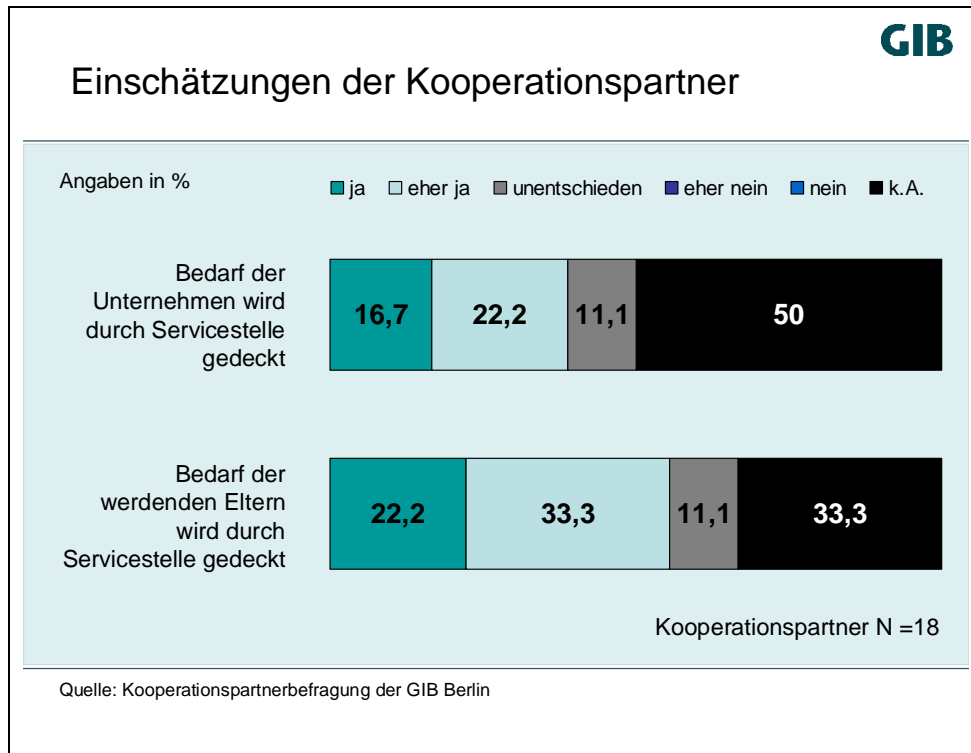
Die wichtigsten Kooperationspartner aus Sicht der Beraterinnen sind:

- Der Fördergeber, das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburgs (MASF), hat die Fachaufsicht für die Servicestelle und wird von den Beraterinnen als sehr engagiert und offen für die Zusammenarbeit erlebt.
- Auch mit dem Landesamt für Arbeitsschutz (LAS) besteht aus Sicht der Beraterinnen eine sehr gute Zusammenarbeit, einerseits wird das LAS als sehr offen gegenüber den Anliegen der Servicestelle erlebt, andererseits werden auch vom LAS fachliche Anfragen an die Servicestelle gestellt. Mit den Regionalstellen, welche nach einer Schwangerschaftsmeldung die Unterlagen an die Unternehmen versenden, wird eine gute organisatorische Zusammenarbeit realisiert.
- Mit der Bundesagentur für Arbeit (BA) besteht insbesondere eine Zusammenarbeit bei der Ersatzkräftevermittlung. Der Kontakt zur BA erfolgt direkt über die Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt (BCA), welche zu den Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei beiden Geschlechtern, Gleichstellung von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt und Frauenförderung beraten und vermitteln. Die BCA stellen dann den Kontakt zu den zuständigen Arbeitgeber-Teams (AG-Teams) her. Die BCA werden von den Beraterinnen als relativ autonome Stellen in den Agenturen für Arbeit gesehen. Die Servicestelle besucht außerdem gezielt regionale AG-Teams der BA. Da es viele AG-Teams gibt, konnte bisher nur ein Teil erreicht werden, die bisherigen Treffen mit AG-Teams waren allerdings aus Sicht der Beraterinnen sehr erfolgreich.

- Mit den Lokalen Bündnissen für Familie ist die Zusammenarbeit weniger formalisiert, es werden themen- und anlassbezogene Anfragen an die Servicestelle gestellt.
- Unternehmerverbände wie der Unternehmerverband Brandenburg oder die Handwerksverbände, sind wesentliche Kooperationspartner für die Ansprache von Unternehmen. Sie geben in der Regel Informationen und Materialien der Servicestelle an ihre Mitglieder weiter und kooperieren bei Veranstaltungen.

Ein Austausch mit den genannten Partnern lässt sich aus Sicht der Beraterinnen als gegenseitige Information und Bekanntmachung charakterisieren. Konkurrenz entsteht dabei nur selten, denn in der Regel ergänzen sich die Angebote der Kooperationspartner. Durch die Zusammenarbeit mit Beraterinnen anderer Institutionen sowie der Geschäftsführung von Unternehmerverbänden lassen sich Multiplikatoreffekte erzielen.

Die Kooperationspartner beurteilen die Arbeit der Servicestelle als wichtig und gut. Insbesondere mit den Beauftragten für Chancengleichheit gibt es eine enge Kooperation. Mit den meisten Partnern findet die Zusammenarbeit punktuell statt, und so hielten sie sich zum Teil mit einer Bewertung der Dienstleistungen der Servicestelle zurück. So konnten drei von 18 Gesprächspartner(inne)n nicht einschätzen, ob die Servicestelle die Bedarfe der Unternehmen und werdenden Eltern deckt, weitere drei konnten dies nicht für die werdenden Eltern abschätzen und weitere sechs nicht für die Unternehmer/-innen.



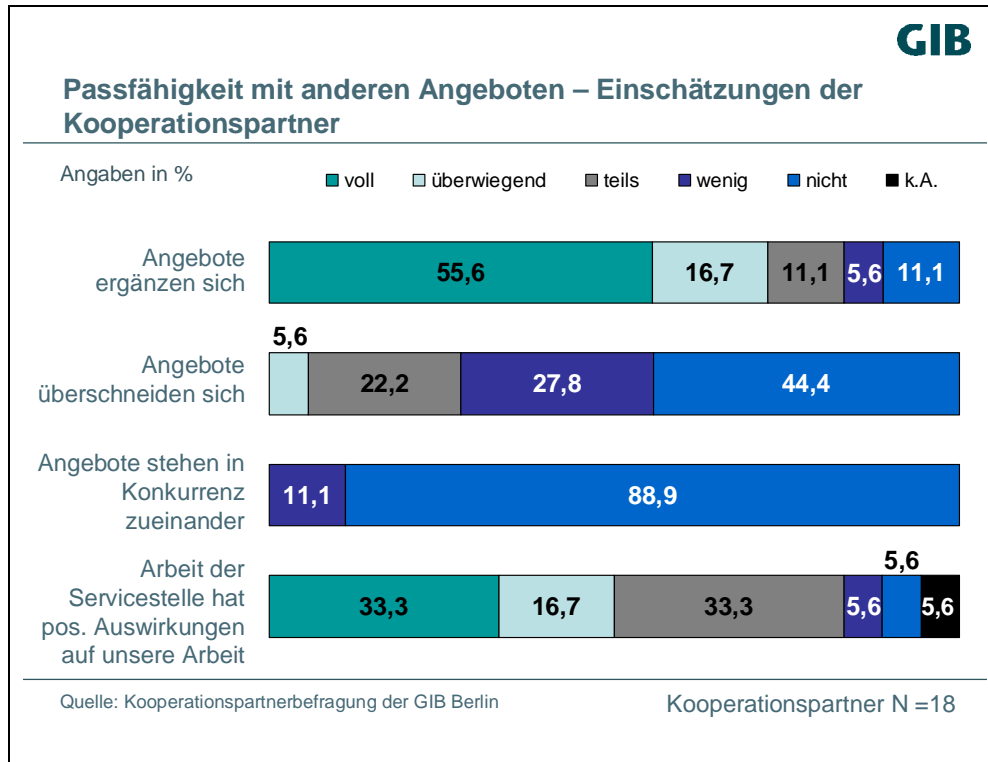
**Abbildung 12: Einschätzungen der Kooperationspartner**

Im Antwortverhalten der Kooperationspartner wird auch eine weitere Problematik erkennbar: Die meisten der kooperierenden Institutionen konzentrieren sich jeweils auf nur eine der beiden Zielgruppen und können zumeist zur jeweils „anderen Seite“ keine Auskunft geben. Dies unterstreicht die Wichtigkeit des umfassenden Ansatzes der Servicestelle, die explizit Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen in ihre Beratungen und Aktivitäten einbezieht.

### *Abgrenzungen*

Abgrenzungen zu anderen Stellen bestehen aus Sicht der Beraterinnen über die jeweiligen Zuständigkeiten, z.B. gegenüber Jugendämtern, Familien- und Schwangeren-Konfliktberatungsstellen und Elterngeldstellen. Eine Konkurrenz zu familienorientierter Beratung oder Rechtsanwält/-innen sehen die Beraterinnen nicht, da sie z.B. dezidiert keine Rechtsberatung vornehmen. Dieser Eindruck wird auch durch die Befragung der Kooperationspartner bestätigt (vgl. Abbildung 13). Die meisten geben an, dass sich die Angebote ergänzen und nur geringfügig über-

schneiden. Dass die Angebote in Konkurrenz zueinander stehen, verneinen nahezu alle befragten Kooperationspartner.



**Abbildung 13: Passfähigkeit mit anderen Angeboten – Einschätzungen der Kooperationspartner**

Positive Impulse auf die Arbeit anderer Institutionen, Projekte und Beratungsstellen hat die Servicestelle bei 50 Prozent der Befragten, bei einem weiteren Drittel hat sie zumindest teilweise einen positiven Einfluss. Dieser bestand nach Auffassung der Kooperationspartner vor allem in der Gewissheit, einen kompetenten Ansprechpartner zu haben, der bei Spezialfragen das vorhandene Know-how ergänzte oder an den die Klient(inn)en, die nicht der eigenen Zielgruppe angehörten, bedenkenlos weiter verwiesen werden konnten. Nur bei 11,2 Prozent, d.h. bei zwei Befragten, hat sie keinen positiven Einfluss auf die Arbeit der Kooperationspartner.

### 3.6 Effekte und Nachhaltigkeit

Das Modellprojekt strebt laut Konzeption Effekte auf betrieblicher sowie individueller Ebene an. Diese sind:

- überschaubare Unterbrechungszeiten, leichtere Rückkehr, gleiche Arbeitsbedingungen,
- weniger Konflikte, mehr Familienbewusstsein in Betrieben durch Beratung,
- geringe Belastung für Unternehmen, mehr Beschäftigung von Frauen,
- Kompensierung von Unterbrechungszeiten durch Qualifizierungs- und Vermittlungschancen für Arbeitslose,
- mehr Väter in Familienverantwortung, höhere Sensibilität bei Arbeitgebern.<sup>11</sup>

#### *Beratungseffekte*

Am deutlichsten können aus Sicht der Beraterinnen der Servicestelle die unmittelbaren Effekte der Beratungen beschrieben werden: Es besteht bei ihnen durchgehend der Eindruck, dass die Klient/-innen nach den Beratungen über die gesetzlichen Rahmenbedingungen und ihre Ausgestaltungsmöglichkeiten informiert sind, somit bewusst agieren können und die Servicestelle dadurch immer zur Lösung eines Problems beiträgt. Die Beratungstätigkeit findet durchgehend eine sehr positive Resonanz. Allerdings sind die Möglichkeiten auch begrenzt, insbesondere wenn es z.B. um die Identifikation und Vermittlung optimal geeigneter Ersatzkräfte geht. Die Zufriedenheit der beratenen Arbeitnehmer/-innen sei durchgehend voll gegeben. Auch die Arbeitgeber/-innen sind meist mit der Beratung sehr zufrieden, da sie aber weiterhin Aufwand und Kosten durch Auszeiten zu tragen haben, bleibt eine gewisse Unzufriedenheit und eine weniger positive Bewertung der familienbedingten

---

<sup>11</sup> Vgl. MASF, Konzept des Modellprojekts vom 27.11.2007, S.5 f..

Auszeit bestehen. Es bleibt an dieser Stelle festzuhalten, dass diese Aussagen eindeutig auch durch die Nutzer(innen)befragung untermauert werden.

Aus Sicht der Beraterinnen füllt die Servicestelle mit den Beratungen eine Lücke in der Institutionenlandschaft, indem individuelle Unterstützung für Ratsuchende geboten und dadurch ein Beitrag zum sozialen Ausgleich geleistet wird. Diese Einschätzung wiederum wird durch die Gespräche mit den Kooperationspartnern bestätigt. Die Orientierung auf Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen ist demnach ein Alleinstellungsmerkmal der Servicestelle, das in seiner Bedeutung nicht unterschätzt werden sollte. Der Ansatz, Elternzeit im Dialog und in beiderseitigem Einverständnis zu gestalten, ist bundesweit bisher einmalig, innovativ und verspricht, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie nachhaltig zu gewährleisten.

### *Öffentlichkeit – Effekte über Beratungen hinaus*

Weitere Effekte der Arbeit der Servicestelle, die über die gerade genannten (unmittelbaren) Wirkungen bei den Zielgruppen hinausgehen und eher in der Breite wirken, sind in Anbetracht der relativen kurzen Projektlaufzeit zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch kaum zu erfassen bzw. valide zu messen. Man kann zwar davon ausgehen, dass die Teilnahme der Servicestelle auf zahlreichen Tagungen und Veranstaltungen und die sonstige Öffentlichkeitsarbeit mit dazu beigetragen haben, in den beiden Zielgruppen für das Thema zu sensibilisieren und aufzuklären, jedoch wird letztlich nur eine eigens auf diese Aspekte zugeschnittene Felduntersuchung zu einem etwas späteren Zeitpunkt Aufschluss über die diesbezüglichen direkten und indirekten Wirkungsmuster geben können.

Was die Gleichstellung von Männern und Frauen in der Arbeitswelt betrifft, sehen die Beraterinnen in dieser Hinsicht einen positiven Effekt ihrer insofern, als sie die aktuellen Probleme direkt und vor Ort angehen können. Allerdings werden bislang die Väter zu wenig in den Fokus gestellt, um das Ziel einer echten Gleichstellung, bei der die Vereinbarkeit von Familie und Beruf keine geschlechtsspezifische Frage ist, zu errei-

chen. Hier kann die Servicestelle nur aufklären und bestehende Probleme jeweils auf die Sachebene zurückführen.

### *Transfer von Erkenntnissen*

In so genannten „Problemclustern“ werden die von der Servicestelle identifizierten Probleme mit der Interpretation und Umsetzung der Elterngesetzgebung und normativen Regelungen (Gesetze und Rechtsverordnungen) gesammelt und an das MASF im Sinne einer Berichterstattung oder eines Monitorings weitergeleitet. Beispiele für identifizierte Probleme sind: Fortbildung in der Elternzeit, Kurzarbeit und Elternzeit. Des Weiteren wurde über die Geschäftsführung der LASA eine Anfrage an die Bundesagentur für Arbeit, Weiterbildung in der Elternzeit betreffend, gestellt.

### **Output- und Ergebnisindikatoren laut Projektkonzept**

Bereits im Konzept des Modellprojektes des MASF sind mögliche Output- und Ergebnisindikatoren vorgegeben, u.a.:

- Anzahl der durchgeführten Beratungen
- Anteil der KMU mit Beratung zu Arbeitszeit- und Arbeitsorganisation (Grundgesamtheit: alle beratenen KMU)
- Anzahl umgesetzter Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie in den Unternehmen
- Rückgang der Anträge auf Ausnahmen vom Kündigungsschutz beim LAS (gemäß § 9 Abs. 3 MuSchG)
- Rückgang der Anträge auf Kündigung wegen Fehlverhalten der Schwangeren
- Anzahl der vermittelnden Erwerbslosen in Elternzeitvertretung mit Unterstützung der Servicestelle

Im Rahmen dieser Evaluation kann jedoch nur auf den ersten, nämlich die Anzahl der durchgeführten Beratungen, eingegangen werden. Bereits der zweite Indikator kann nur teilweise hinzugezogen werden, weil einerseits unklar ist, welche Maßnahmen unter Beratung zur „Arbeitsor-

ganisation“ fallen bzw. diese Kategorie in der internen Beratungsstatistik (bislang) nicht als solche erfasst wird. Andererseits sind keine Richtwerte formuliert. So lässt sich sagen, dass laut Beratungsstatistik 12,8 Prozent der Unternehmer/-innen zu Teilzeit, respektive Arbeitszeit, beraten wurden, es fehlt jedoch ein Referenzwert, um einschätzen zu können, ob dies viel oder wenig ist. Und bei den übrigen Indikatoren muss festgestellt werden, dass sie entweder erst nach Abschluss der Aufbauphase mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung ermittelt werden können und/oder im aktuellen Untersuchungsdesign dieser Studie noch nicht vorgesehen waren.

Was Fragen zur Arbeitszeit betrifft, kann beispielsweise der Nutzer(innen)befragung entnommen werden, dass es in den Beratungen für die Arbeitgeber/-innen sehr häufig um Fragen zur Arbeitszeit ging, insbesondere bei den Kleinunternehmen (siehe Tabelle 5).

	<b>Beratung zu Teilzeit</b>
Kleinstunternehmen	2 von 7 (28,6%)
Kleinunternehmen	4 von 5 (80,0%)
Mittlere Unternehmen	4 von 6 (66,7%)
Große Unternehmen	2 von 4 (50,0%)

**Tabelle 5: Beratung zu Teilzeit**

Die Befunde sind allerdings mit großer Vorsicht zu interpretieren, nicht zuletzt auch, weil in der Nutzer(innen)befragung vor allem Unternehmen mit komplexeren Beratungsfällen enthalten sind und daher die Zahlen von der Beratungsstatistik der Servicestelle abweichen. Die Stichprobe ist zudem zu klein, um verlässliche Aussagen zu treffen. Die Tabelle 3 gibt somit nur eine ungefähre Orientierung, dass Teilzeitarbeit sehr wohl auch für Kleinunternehmen ein wichtiges Beratungsthema ist.

Die weiteren vorgesehenen Indikatoren benötigen, wie gesagt, entweder eine zusätzliche Dokumentation innerhalb der Servicestelle (wie die

Anzahl der Vermittlung von Arbeitslosen als Ersatzkräfte) oder betreffen längerfristige strukturelle Veränderungen.

So werden die Rückgänge bei Anträgen auf Ausnahmen vom Kündigungsschutz beim LAS während der Schutzfristen und Anträge auf Kündigung wegen eines Fehlverhaltens der Schwangeren zum einen erst nach einem längeren Zeitraum erkennbar, zum anderen ist dieser möglicherweise beobachtbare Rückgang nicht allein und direkt auf die Arbeit der Servicestelle zu beziehen. Denn wenn die Servicestelle fünf bis zehn Prozent der beim LAS gemeldeten Schwangerschaften arbeitgeber- und arbeitnehmerseitig berät, so bleibt zu vermuten, dass auch der Einfluss auf die Rückgänge beschränkt ist. Hier müssten im Rahmen einer weiteren Untersuchung Erhebungen vorgesehen werden, die untersuchen, ob die eingereichten Anträge trotz Beratung durch die Servicestelle eingereicht wurden oder ob die Servicestelle Konflikte lösen konnte und so die Anträge verhinderte. Das Gleiche gilt für den Fortbestand des Arbeitsverhältnisses nach der Elternzeit. Auch hier müsste geklärt werden, welchen direkten Einfluss die Servicestelle hat bzw. auch haben kann.

Die „Anzahl der umgesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familien in beratenen Unternehmen“ ist daneben schwer zu quantifizieren, da es keine Ausgangswerte gibt, wie viele Maßnahmen Unternehmen ohne die Beratungsleistung sonst umsetzen würden. Hier bräuchte es einen Kontrollgruppenvergleich, um den Effekt der Servicestelle zu messen.

### *Langfristige Perspektive*

Gegenwärtig wird ein Folgeantrag vorbereitet, der die weitere Förderung der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ sicherstellen soll. Eine Refinanzierungsmöglichkeit durch die Klient/-innen schließen die Beraterinnen aus: Ein wesentlicher Aspekt der Servicestelle sei, dass sie ein kostenfreies Angebot bietet. Der o.g. Beitrag zum sozialen Ausgleich stehe in engem Zusammenhang damit, dass die Servicestelle gefördert wird und ein kostenfreies Angebot bieten kann. Die Beratung zur „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ wird als hoheitliche Aufgabe des Lan-

des gesehen, die entsprechend auch beim Arbeitsministerium angesiedelt sein könnte.

Da die Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ bereits in ihrer Konzeption als Dienstleistung für Arbeitgeber/-innen und Arbeitnehmer/-innen angelegt ist und den Dialog zwischen diesen beiden Partnern unterstützen soll, würde ihre Weiterführung in anderen Kontexten, angedacht war ein Transfer der Ergebnisse in Kammern, das LAS und die Agenturen für Arbeit,<sup>12</sup> diese Schnitt- und Vermittlungsstellenfunktion nicht mehr wahrnehmen können, da die Akteure eigene Interessen haben, die überwiegend einseitig sind. So sind auch die Kooperationspartner der Servicestelle in der Regel auf eine der beiden Zielgruppen spezialisiert und nehmen die andere Seite kaum wahr. Genau darin liegen der Innovationscharakter und die Stärke der Servicestelle.

### **3.6.1.1 Nachhaltigkeit - Verstetigung**

Die nachhaltige Etablierung eines Angebots setzt zum einen voraus, dass es einen Bedarf für eine Dienstleistung gibt und dass das geschaffene Angebot diesen Bedarf decken kann. Diese beiden Aspekte sind im Fall der Servicestelle weitestgehend gegeben.

Aus den Statistiken der Servicestelle zu Zugriffen auf die Website und durchgeführte Beratungen ist ersichtlich, dass die Nachfrage nach den Leistungen der Servicestelle im Land Brandenburg vorhanden ist. Die Nutzer(innen)befragungen ergaben ein deutlich positives Bild, die Zufriedenheit mit der Beratung betreffend, auch wenn die Stichprobe nicht repräsentativ ist und eventuell leichte Verzerrungen enthalten sind.

Ein kleiner Teil (13 %) der befragten Unternehmen ist sogar bereit, für die erhaltenen Informationen zu bezahlen. Von diesen drei zahlungswilligen Arbeitgeber(inne)n gehören zwei in die Gruppe der Kleinstunternehmen und eines in die der mittleren Unternehmen. Zwei sind im Handwerk angesiedelt und eines im Dienstleistungssektor. Wegen der sehr kleinen Fallzahl kann dies nur als Hinweis gelten, dass in KMU in

---

<sup>12</sup> Vgl. MASF, Modellkonzept vom 27.11.2007, S.10.

den wichtigen Branchen Handwerk und Dienstleistung durchaus ein Bewusstsein für den Wert der Informationsleistung vorhanden ist.

Trotzdem ist die wichtigste Herausforderung die Identifikation und Vermittlung von adäquaten Ersatzkräften für die Elternzeit beider Elternteile, an deren Bewältigung die Servicestelle zukünftig weiter (mit)arbeiten muss, um für die Unternehmen attraktiv zu bleiben und so ihre Mittlerfunktion zwischen Arbeitswelt und Elternzeit wahrnehmen zu können.

Ein weiterer Anspruch an die Arbeit der Servicestelle ist die Förderung von Familienfreundlichkeit in den Betrieben sowie die stärkere Einbeziehung von Vätern in die Familienverantwortung.<sup>13</sup> Dieser Gleichstellungsaspekt muss sich sowohl in der Beratung (werdender) Eltern abbilden als auch in den Angeboten für Unternehmen. Auch ohne statistische Analysen wurde aus den Berichten der Mitarbeiterinnen der Servicestelle deutlich, dass Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf immer noch als vor allem „weibliche“ Domäne wahrgenommen wird (so kontaktieren auch auf der Seite der Fragestellenden von Unternehmensseite zu großen Teilen Frauen die Servicestelle). Dazu sollten weitere Wege der Ansprache von (werdenden) Vätern und ihren Arbeitgeber(inne)n gefunden werden, die den Flyerversand durch das LAS an Unternehmen, in denen die werdenden Mütter beschäftigt sind, ergänzen.

Die Anbindung der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ an die Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) in Brandenburg GmbH unterstützt nach Einschätzung der Evaluation die beidseitige Ausrichtung der Servicestelle. Sie hebt sich dadurch deutlich von einer Elternberatungsstelle ab und senkt damit für die Unternehmen die Schwelle, sich in Fragestellungen von Mutterschutz- und Elternzeiten beraten zu lassen. Aber auch (werdende) Eltern halten eine „arbeitsnahe“, aber nicht einseitig auf Unternehmen ausgerichtete Struktur für einen geeigneten Ansprechpartner, wenn sie Fragen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie haben.

---

<sup>13</sup> Vgl. MASF, Modellkonzept vom 27.11.2007, S. 5 f.

## **Zusammenfassung und Empfehlungen bzw. Ausblick**

### *Bewertung des Konzeptes des Modellprojektes „Servicestelle Arbeitswelt und Elternzeit“*

Das Konzept ist aus Sicht der Evaluation innovativ und schlüssig. Es wird eine Bündelung von Dienstleistungen angestrebt, die möglichst „aus einer Hand“ erbracht werden sollen. Neu sind die Ansprache von Arbeitgeber(inne)n und Arbeitnehmer(inne)n von einer Stelle und der Anspruch, zwischen diesen beiden Seiten zu vermitteln. Perspektivisch sollen sich strukturelle Veränderungen ergeben, zu denen „überschaubare Unterbrechungszeiten, leichtere Rückkehr ins Unternehmen nach Familienzeiten, gleiche Arbeitsbedingungen für beide Geschlechter, weniger Konflikte und mehr Familienbewusstsein in Brandenburger Betrieben, insbesondere KMU, geringere Belastungen für Unternehmen, mehr Beschäftigung von Frauen, Kompensierung von Unterbrechungszeiten durch Qualifizierungs- und Vermittlungschancen für Arbeitslose, mehr Väter in Familienverantwortung und höhere Sensibilität bei Arbeitgeber/-innen“<sup>14</sup> gehören. Diese lange Liste beschreibt das umfassende Aufgabenspektrum der Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“. Gleichzeitig wird auch deutlich, dass es für viele dieser Ziele mehr braucht als die Beratung von werdenden Eltern und Unternehmen, in denen Mitarbeitende in Elternzeit oder Mutterschutz gehen. Diese ist eine wichtige Unterstützungsleistung bei der konkreten Gestaltung von Familienphasen und schafft damit positive Beispiele. Viele der beabsichtigten Wirkungen des Modellprojektes brauchen jedoch auch eine starke Lobbyarbeit und Investitionen in eine funktionierende Ersatzkräftevermittlung.

### *Zielgruppenerreichung und Zielgruppenansprache*

Die Versendung der Flyer mit einem Anschreiben an die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, die die Schwangerschaft dem Landesamt für Arbeitsschutz gemeldet haben, sichert eine hohe und zielgruppengenaue Verbreitung. Unterstützend wirkt auch die Verknüpfung mit den Beratungsangeboten der Servicestelle, durch die etwaige Fragen direkt ge-

---

<sup>14</sup> Vgl. MASF, Modellkonzept vom 27.11.2007, S. 5 f.

klärt werden können. Ergänzend sollte jedoch ein Weg gefunden werden, verstärkt auch werdende und junge Väter direkt zu erreichen, um die Verantwortung an beide Elternteile heranzutragen und die Aufmerksamkeit für die Väterelternzeit zu erhöhen. Hier könnten zum Beispiel Männerberatungsstellen, aber auch Betriebe und andere zivilgesellschaftliche Institutionen über Kooperationen einbezogen werden.

Die Informationsangebote der Servicestelle (Flyer, Broschüren, Internet-Auftritt) können – auch im Vergleich zu anderen einschlägigen Informationsangeboten – als sehr gut und informativ bezeichnet werden. Bei einer Überarbeitung der Informationsmaterialien für Unternehmen sollten positive Aspekte einer familiengerechten Arbeitsgestaltung für das Unternehmen deutlicher werden und auch die besondere Zielgruppe Kleinstunternehmen (mit bis zu zehn Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern) stärker berücksichtigt werden. Der Flyer als wichtiges und zielgenaues Instrument der Unternehmensansprache sollte bei einer Überarbeitung hinsichtlich des Bildmaterials, des Layouts und der angebotenen Leistungen leicht modifiziert werden. So sollten zum Beispiel auch Arbeitgeberinnen dargestellt werden, Väter, die in Elternzeit gehen, und nicht unbedingt, wie in den Info-Materialien für die Unternehmensseite dargestellt, ein kleiner Junge im Chefsessel sitzen. Bei den möglichen Unterstützungen wird die Vermittlung von Ersatzkräften angesprochen, die in diesem Umfang (parallele Einarbeitung mit finanzieller Förderung schon vor Beginn des Mutterschutzes) den Unternehmen aktuell nicht im gebotenen Umfang angeboten werden kann und zu enttäuschten Erwartungen führt.

### *Kooperationen*

Kooperationspartner sind zumeist einseitig auf Arbeitnehmer/-innen oder Arbeitgeber/-innen ausgerichtet und nehmen die Servicestelle ebenso nur punktuell wahr, d.h. einmal als ergänzendes Angebot für ihren Teil der Zielgruppe oder als Ansprechpartner für den anderen Teil der Zielgruppe. Deshalb sollte die Servicestelle versuchen, ihren ganzheitlichen Anspruch und Ansatz bei den Kooperationspartnern bekannter zu machen und so ihr Profil zu schärfen.

Zudem wären weitere Kooperationspartner zu gewinnen, die die Unternehmensansprache unterstützen. Denkbar wäre auch, neben der Kooperation mit den Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt und Arbeitgeberteams der Arbeitsagentur, eine weitere Kooperation mit Personaldienstleistern, die gezielt Einsatzkräfte vermitteln können bzw. Wege zu erkunden, wie bestehende Kooperationen der Arbeitsagentur mit Personaldienstleistern effektiv für den Wiedereinstieg von Arbeitslosen genutzt werden könnte. Die Verbindung mit dem allgemeinen Beratungsangebot sollte erhalten bleiben und eine entsprechende Doppelstruktur (Public Private Partnership) gebildet werden. Ein weiterer Ausbau der Kooperationen sollte – wie bereits erwähnt – der Erreichung von Vätern und ihren Arbeitgeber(inne)n dienen.

#### *Qualitätssicherung in der Gesamtsicht*

Die Qualität der Beratungen kann aufgrund der Kompetenz, Professionalität und des hohen Einsatzes der Mitarbeiterinnen der Servicestelle als sehr hoch eingeschätzt werden. Dieses schlägt sich auch in der sehr hohen Zufriedenheit der Nutzer/-innen nieder. So sind 100 Prozent der befragten Arbeitnehmer/-innen und 94 Prozent der Arbeitgeber/-innen mit der Beratungsleistung der Servicestelle voll oder überwiegend zufrieden. Auch wenn die Stichproben klein und nicht repräsentativ sind, da eher Klient(inn)en befragt wurden, deren Beratungsbedarf etwas umfangreicher war als der Großteil der Beratungen, so zeigt dieses Ergebnis doch beeindruckend, dass die Erwartungen der Nutzer/-innen an die Dienstleistungen der Servicestelle erfüllt werden konnten.

Perspektivisch sollte ein Weg gefunden werden, ggf. auch männliches Personal zusätzlich für die Servicestelle zu gewinnen und vor allem ein Konzept zu erarbeiten, wie die Vermittlung von Ersatzkräften sichergestellt werden kann. Da es sich dabei um eine Dienstleistung für die Unternehmen handelt, könnte diese – anders als die Beratung – ggf. vergütet werden.

Für das interne Monitoring sollte die Falldokumentation verbessert werden, um genauere Daten über die Beratungsleistungen zu erhalten und um besser und kontinuierlich intern prüfen zu können, inwieweit z.B. die

Zielgruppen erreicht werden, welcher Beratungsbedarf bei welcher Klientel besteht und ob sich dieser über einen längeren Zeitraum bzw. in Abhängigkeit bestimmter Kontextbedingungen verändert. Die vorhandenen Dokumentationskategorien sollten deshalb konsequent abgefragt und in die vorhandene Datenbank eingepflegt werden.

Zudem könnte auf der Website ein Umfragebogen eingestellt werden, der überprüfen hilft, welche Nutzer/-innen auf die Website zugreifen und ob das Informationsangebot im Internet bereits alle Fragen klärt und es so zu keinem Anruf mehr kommt. Dies würde die Abschätzung der Wirkung der Servicestelle erleichtern und ihre Breitenwirkung dokumentieren, die im Rahmen dieser Evaluation in Anbetracht des kurzen Zeitrahmens nicht berücksichtigt werden konnte.

Im Ergebnis kommt die Evaluation zu dem Schluss, dass die Servicestelle „Arbeitswelt und Elternzeit“ ein sehr innovatives Modellprojekt darstellt, das verstetigt werden sollte, da es einen wichtigen und effektiven Beitrag zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie in Brandenburg leistet.

#### 4. Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1: Publikationen der Servicestelle .....	6
Tabelle 2: Statistiken der Servicestelle .....	7
Tabelle 3: Im Rahmen der Evaluation befragte Kooperationspartner.....	11
Tabelle 4: Alter der Nutzer/-innen der Servicestelle .....	13
Tabelle 5: Beratung zu Teilzeit .....	13
Abbildung 1: Überblick zur Konzeption des Modellprojekts .....	3
Abbildung 2: Überblick zum Aufbau des Wirkungsmodells.....	4
Abbildung 3: Website-Zugriffe auf die Rubrik „FAQ – Häufig gestellte Fragen“ nach Themen.....	13
Abbildung 4: Informationen über die Servicestelle erhielten die Nutzer/-innen von/über.....	13
Abbildung 5: Beratungen nach Landkreis, Geschlecht und Zielgruppe (AG/AN) .....	13
Abbildung 6: Branchen der Nutzer/-innen von Unternehmensseite .....	13
Abbildung 7: Unternehmensgröße der Nutzer/-innen .....	13
Abbildung 8: Beratungsthemen nach Geschlecht und Zielgruppe (AG/AN) .....	13
Abbildung 9: Beratungsthemen laut Nutzer(innen)befragung .....	13
Abbildung 10: Zufriedenheit der Servicestellennutzer/-innen.....	13
Abbildung 11: Angaben zu Effekten der Servicestelle nach Nutzer(innen)einschätzung.....	13
Abbildung 12: Einschätzungen der Kooperationspartner.....	13
Abbildung 13: Passfähigkeit mit anderen Angeboten – Einschätzungen der Kooperationspartner .....	13