

Empirische Befunde zur Verbreitung und Gestaltung beruflicher Auszeiten in Deutschland

Management Summary

Sarah Altmann M. A.

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Lehrstuhl für BWL, insb. Organisation und Personal, Universitätsstraße 1, D – 40225 Düsseldorf, E-Mail: Sarah.Altmann@hhu.de, Telefon: 0211/81-15197

Univ.-Prof. Dr. Stefan Süß

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Lehrstuhl für BWL, insb. Organisation und Personal, Universitätsstraße 1, D - 40225 Düsseldorf, E-Mail: Stefan.Suess@hhu.de, Telefon: 0211/81-13995

Ziel der Studie

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen, wie eine durchschnittlich älter werdende Erwerbsbevölkerung, die steigende Erwerbstätigenquote von Frauen, die Zunahme der Doppelverdienerpaare sowie der Wunsch nach mehr Autonomie und Individualität in der Gestaltung der eigenen Arbeitszeit, haben zu einer Notwendigkeit der flexiblen Anpassung der Arbeitszeiten an die im Verlauf des Lebens wechselnden individuellen zeitlichen Bedürfnisse geführt. Um Mitarbeiter zu binden, deren Beschäftigungsfähigkeit und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu erhalten, bieten Unternehmen vermehrt flexible Arbeitszeitmodelle an. Ein relativ junges, aber zunehmend angebotenes Modell sind berufliche Auszeiten (z. B. Sabbaticals). Sie stellen eine über den gesetzlichen Anspruch hinausgehende bezahlte oder unbezahlte zeitlich begrenzte Freistellung von der Erwerbsarbeit dar, in der Mitarbeiter weiter dem Betrieb angehören, ihre Verpflichtung zur Arbeitsleistung jedoch ruht. Auf diese Weise können Mitarbeiter für eine bestimmte Zeit den Fokus auf das Privatleben verlagern und private Interessen und Verpflichtungen verfolgen.

Trotz des zunehmenden Interesses an beruflichen Auszeiten existieren nur bedingt wissenschaftliche Untersuchungen zu ihrer Verbreitung und Gestaltung in Deutschland. Zudem ist bisher weitestgehend unklar, welche Strategien Unternehmen mit dem Angebot an beruflichen Auszeiten verfolgen.

Um dieses Forschungsdefizit zu beheben, wurde im Frühjahr 2015 von Forschern der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf eine explorative Online-Studie durchgeführt, in der Personalverantwortliche zum Einsatz und zur Gestaltung von beruflichen Auszeiten in ihren Unternehmen befragt wurden. Dabei wurden 349 vollständig ausgefüllte Fragebögen generiert. Die Auswertung führte zu den nachfolgend beschriebenen Ergebnissen.

Ergebnisse

(1) Verbreitung des Angebots an beruflichen Auszeiten

Berufliche Auszeiten stellen ein zunehmend relevantes Thema in Unternehmen dar (vgl. Abbildung 1). Dies verdeutlicht auch die Anzahl der Unternehmen, die berufliche Auszeiten anbieten. Die Ergebnisse zeigen, dass jedes zweite der befragten Unternehmen (n = 178) berufliche Auszeiten anbietet. Allerdings unterliegt das Angebot einem Größeneffekt. In der Studie sind 39,9% der Unternehmen, die berufliche Auszeiten anbieten, kleine oder mittlere Unternehmen (≤ 499 Mitarbeiter), 60,1% sind Großunternehmen (≥ 500 Mitarbeiter) (vgl. Abbildung 2).

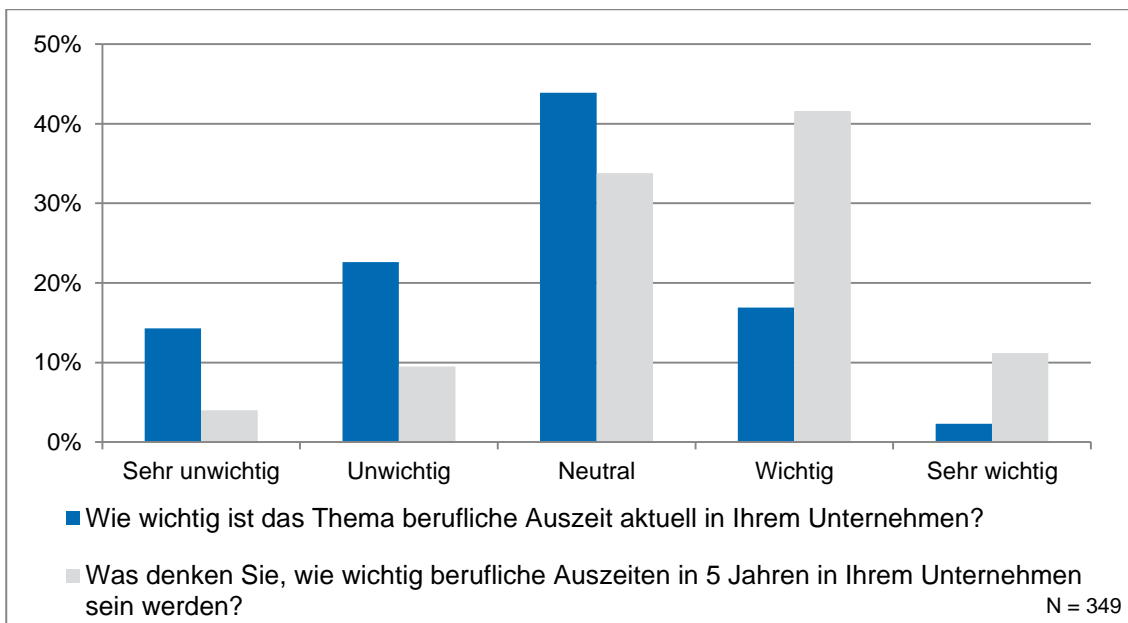


Abbildung 1: Aktuelle und zukünftige Relevanz beruflicher Auszeiten

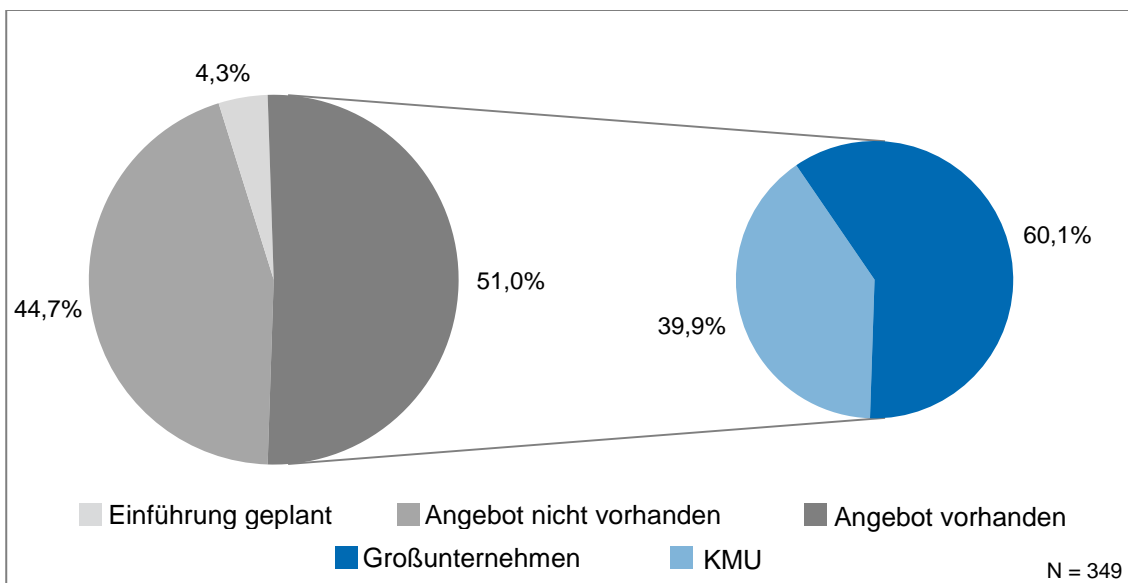


Abbildung 2: Verbreitung des Angebots an beruflichen Auszeiten

Die Ergebnisse zeigen zudem, dass die Einführung des Angebots an beruflichen Auszeiten in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat (vgl. Abbildung 3). Allerdings ist der Anteil an Auszeitnehmern relativ gering. In 38,8% der Unternehmen, die berufliche Auszeiten anbieten, nehmen weniger als fünf Mitarbeiter pro Jahr diese in Anspruch. 5,6% der Unternehmen haben sechs bis zehn Auszeitnehmer pro Jahr. Bei 3,9% der Unternehmen liegt die jährliche Anzahl an Auszeitnehmern zwischen elf und 50. Ebenfalls 3,9% haben mehr als 50 Auszeitnehmer im Jahr. Es fällt insgesamt auf, dass über alle Fälle hinweg der Mehrheit der Unternehmen der Einführungszeitpunkt (53,9%) und die Anzahl an Auszeitnehmern (47,8%) nicht bekannt sind.

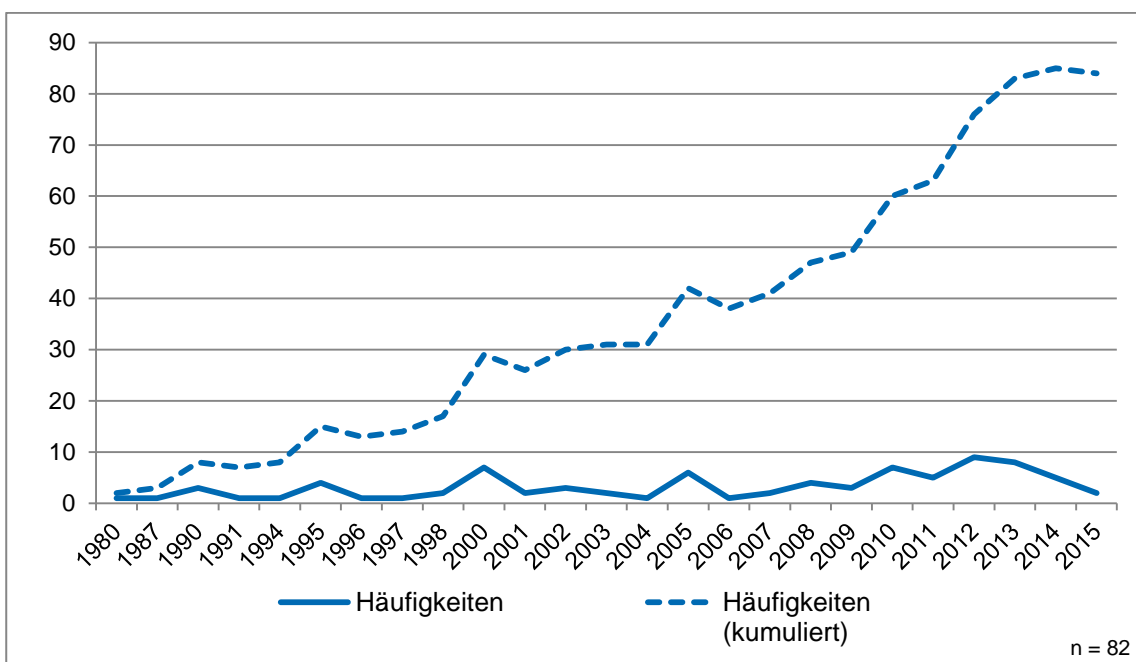


Abbildung 3: Anzahl an Unternehmen, die berufliche Auszeiten eingeführt haben¹

(2) Gestaltung des Angebots an beruflichen Auszeiten

Die Mehrheit der Unternehmen bietet allen Mitarbeitern die Möglichkeit einer beruflichen Auszeit an (65,7%). Die übrigen Unternehmen bieten berufliche Auszeiten nur einzelnen Mitarbeitergruppen an (u. a. Mitarbeiter in unbefristeten Arbeitsverhältnissen, Eltern, Mitarbeiter mit einer bestimmten Betriebszugehörigkeitsdauer, Führungskräfte bzw. Personen in leitender Funktion).

Hinsichtlich der Lage und Dauer von beruflichen Auszeiten zeigt sich, dass in den meisten Unternehmen (71,3%) die Mitarbeiter den Zeitpunkt der Auszeit frei wählen können. In 12,9% der Unternehmen müssen die Mitarbeiter eine bestimmte Zeit im Betrieb gearbeitet haben, wobei diese

¹ Die Differenz zwischen der Anzahl an Unternehmen, die angeben berufliche Auszeiten anzubieten (n = 178), und der Anzahl an Unternehmen, welche in die Auswertung des Einführungszeitpunktes einbezogen werden (n = 82), resultiert aus der optionalen Beantwortungsmöglichkeit der Frage des Einführungszeitpunktes. Der leichte Rückgang im Jahr 2015 ist durch den Zeitpunkt der Datenerhebung begründbar und daher zu vernachlässigen.

durchschnittlich bei rund drei Jahren liegt. 15,7% der Unternehmen gaben an, davon abweichende Regelungen zu haben. Überwiegend wird der Zeitpunkt einer beruflichen Auszeit in Abstimmung mit dem Vorgesetzten und unter Berücksichtigung der persönlichen Situation und der betrieblichen Erfordernisse festgelegt. Die maximale Dauer einer beruflichen Auszeit variiert. In 30,9% der Unternehmen liegt diese bei mehr als zwölf Monaten. 20,4% der Unternehmen ermöglichen Auszeiten zwischen sieben und zwölf Monaten und in 42,7% der Unternehmen liegt die maximale Dauer bei sechs Monaten. Die Mehrheit der Unternehmen bietet keine monetäre Unterstützung bei der Finanzierung von Auszeiten an. Sofern monetäre Unterstützung bei der Finanzierung geboten wird, werden überwiegend Vor-/Nacharbeit und Arbeitszeitkonten genutzt.

(3) Gründe für die Inanspruchnahme von beruflichen Auszeiten

In der Studie wurden die Gründe der Mitarbeiter, die eine berufliche Auszeit in Anspruch genommen haben, erhoben (vgl. Abbildung 4). Es zeigt sich, dass Reisen beziehungsweise Auslandsaufenthalte (45,5%), berufliche Weiterbildung (43,3%), mehr Zeit für die Familie (39,9%), die Betreuung von Kindern (37,1%) sowie die Pflege von Angehörigen (28,7%) die häufigsten Gründe für die Inanspruchnahme von beruflichen Auszeiten sind.

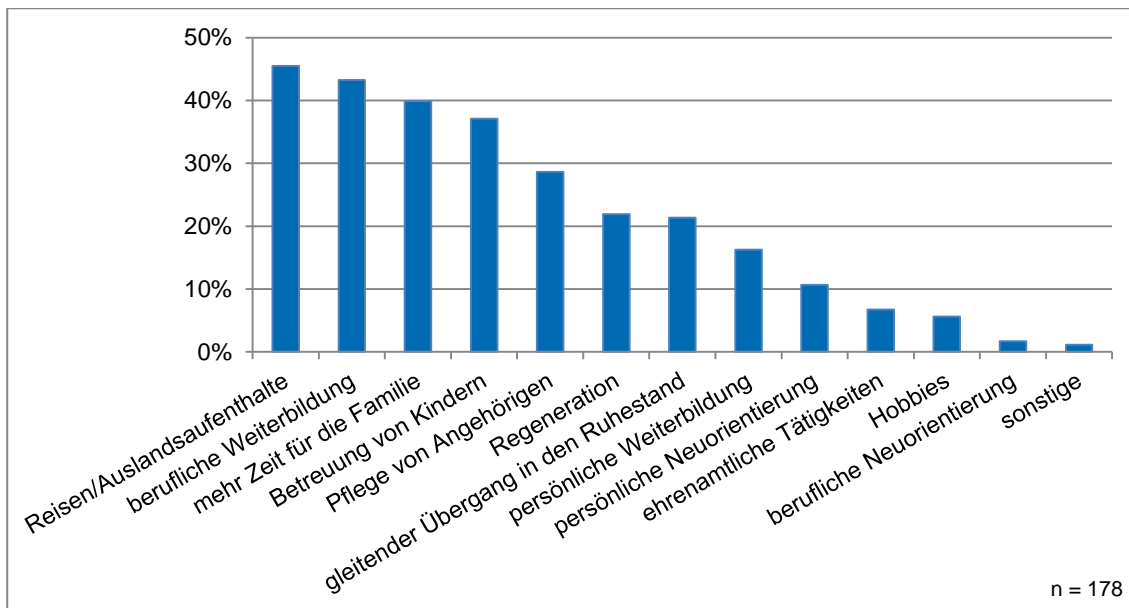


Abbildung 4: Gründe für die Inanspruchnahme von beruflichen Auszeiten

(4) Einsatzstrategien des Angebots an beruflichen Auszeiten

Mit der Einführung von beruflichen Auszeiten gehen auch auf Unternehmensseite unterschiedliche Motive einher:

- **nach außen gerichtetes Angebot:** Unternehmen, die diese Strategie verfolgen, versuchen sich durch das Angebot an beruflichen Auszeiten als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Sie setzen berufliche Auszeiten vor allem zur Rekrutierung von Mitarbeitern ein.

- **nach innen gerichtetes Angebot:** Unternehmen mit dieser Einsatzstrategie implementieren berufliche Auszeiten als festen Bestandteil flexibler Arbeitszeitgestaltung. Sie weisen ein intensives Angebot beruflicher Auszeiten auf, das auch durch Mitarbeiter intensiv nachgefragt wird.
- **oberflächliches Angebot:** Unternehmen, die diese Einsatzstrategie verfolgen, nutzen berufliche Auszeiten wenig intensiv. Das Angebot von beruflichen Auszeiten dient möglicherweise als Legitimationsfassade, um eine starke Arbeitgebermarke aufzubauen, ohne berufliche Auszeiten tiefgreifend im Unternehmen zu implementieren.

Praxisimplikationen

Es zeigt sich, dass Unternehmen in den letzten Jahren zunehmend berufliche Auszeit anbieten. Damit sich das Angebot dauerhaft etabliert und sowohl Unternehmen als auch Auszeitnehmer davon profitieren können, werden Unternehmen Anstrengungen unternehmen müssen, das Angebot innerhalb des Unternehmens transparenter und zugänglicher zu machen sowie den Nutzen von beruflichen Auszeiten differenzierter zu belegen.

Die Ergebnisse zeigen, dass es keine standardisierten Regelungen für die Gestaltung von beruflichen Auszeiten gibt, sondern diese zwischen den Unternehmen variieren können. Dies deutet auf eine offenbar unternehmensspezifische Gestaltung und Ausrichtung des Angebots an beruflichen Auszeiten. Diese ist notwendig, um den unternehmensspezifischen Bedarfen, aber auch den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter Rechnung zu tragen. Erfüllt die Gestaltung beruflicher Auszeiten nicht die Bedürfnisse der Auszeitnehmer, führen diese nicht zum erhofften Erfolg.

Die Ergebnisse zeigen, dass die unternehmerischen Motive für das Angebot an beruflichen Auszeiten vielschichtig sind und zwischen den Unternehmen variieren können. Die teilweise sehr umfassende Implementierung und intensive Anwendung von beruflichen Auszeiten in Verbindung mit der seit vielen Jahren zu beobachtenden Flexibilisierung der Arbeitszeiten deutet auf den aktuellen und zukünftigen Bedarf hin, Mitarbeitern diese anzubieten.