

PRESSEMITTEILUNG

VÄTERNETZWERK: Väter wünschen sich endlich

Kulturveränderung in den Unternehmen!

- Auswertung belegt steigende Nachfrage nach Väterthemen
- Führungskräfte bei der Kommunikation in der Pflicht
- VÄTERNETZWERK unterstützt Mitarbeiter in ihrer Vaterrolle
-

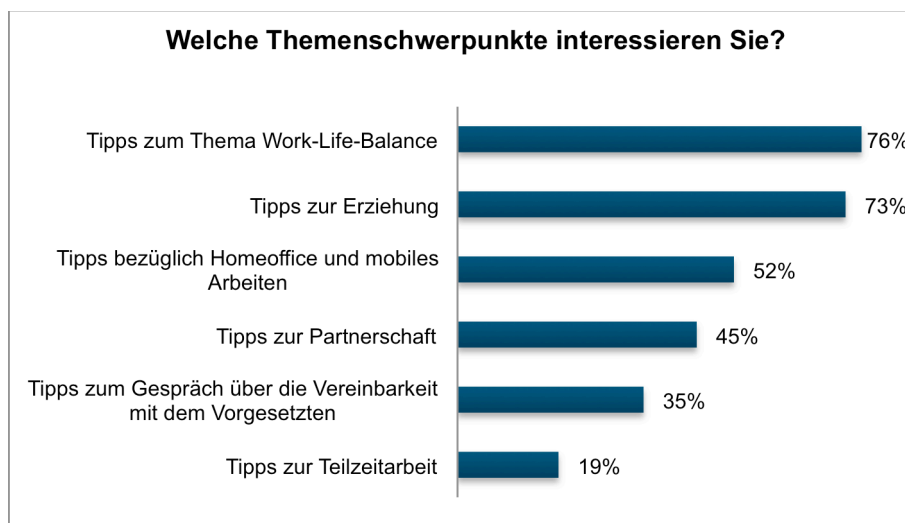
Hamburg, 11. Oktober 2017 – Väter wünschen sich eine Kulturveränderungen bei ihrem Arbeitgeber. Das geht aus einer aktuellen Auswertung des VÄTERNETZWERKS hervor. Dieses Angebot der nachhaltigen Personalentwicklung fand im fünften Jahr bundesweit in unterschiedlichen Unternehmen, wie der Commerzbank, OTTO, Sanofi, Boehringer Ingelheim oder Vodafone, statt. Insbesondere die Chancen des digitalen Wandels und flexibler Arbeitszeitmodelle sowie die Work-Life-Balance sind dabei das Hauptinteresse der Väter. Vor allem in Führungskräften sehen sie die Multiplikatoren, Väter-Themen verstärkt im Unternehmen zu verankern.

„Die aktuellen Väter der Generation Y tragen ihre Bedürfnisse mit zunehmender Lautstärke und größerer Selbstverständlichkeit in die Unternehmen. Dadurch sind Unternehmen heute geforderter denn je, sich auch den Vätern zu widmen“, zieht Volker Baisch, Mitinitiator des VÄTERNETZWERKS und Geschäftsführer der verantwortlichen Väter gGmbH, Bilanz.

Vollflexible Arbeitszeitmodelle gewünscht

Die Väter benötigen dabei vor allem Tipps zur Work-Life-Balance. 75 Prozent der Teilnehmer fragen diese im VÄTERNETZWERK nach. Dabei spielen auch neue Arbeitszeitmodelle eine Rolle, wobei es aus Sicht der Väter weniger um Teilzeit geht, sondern nach vollflexiblen Arbeitszeitmodellen, wie Homeoffice und mobiles Arbeiten. Jedem zweiten Vater ist dies wichtig.

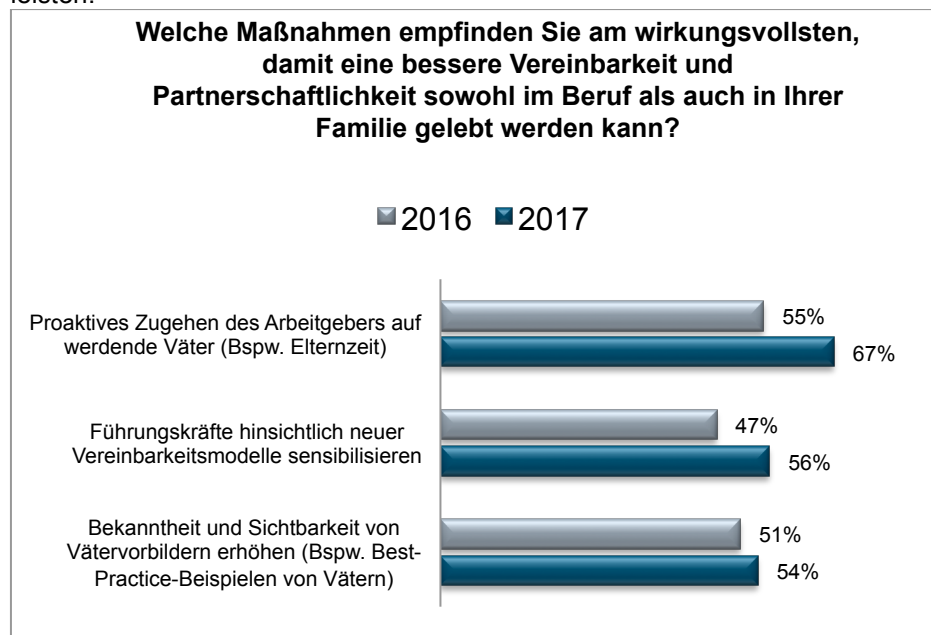
Bei der Kommunikation seien insbesondere Führungskräfte, möglichst sogar die Geschäftsführung, gefragt, sagt Baisch: „Aus Sicht der Väter müssen ihre Themen mehr Gewicht in Unternehmen erhalten.“



Quelle: Wirkungsmessung des VÄTERNETZWERKS 2017

Das proaktive Zugehen der Führungskräfte auf die Väter ist nach der Evaluation des VÄTERNETZWERKS die wirkungsvollste Maßnahme, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Väter zu gewährleisten.

Die Angebote des VÄTERNETZWERKS zeigen dabei Wirkung bei den Teilnehmern. Mehr als 75 Prozent der Teilnehmer gaben an, sich dadurch in ihrer Vaterrolle unterstützt zu fühlen. Die Väter, insbesondere der Generation Y, setzen dabei auf Partnerschaftlichkeit in der Beziehung – laut der Auswertung bereits jeder zweite. Darüber hinaus halten Väter unternehmensinterne Netzwerke unter Vätern auch im Unternehmen für sehr wichtig, um sich auszutauschen, aber auch um Lobbyarbeit zu leisten.



Quelle: Wirkungsmessung des VÄTERNETZWERKS 2017

Andere Angebote für Väter als für Frauen

Vor diesem Hintergrund müssen sich Angebote für Väter in Unternehmen deutlich von denen für Frauen unterscheiden: Teilnehmer des VÄTERNETZWERKS fragen vor allem Veranstaltung zu den favorisierten Themen, wie Lunch & Learn, Vorträge zu Erziehungsthemen nach, aber auch spezielle Vater-Kind-Veranstaltungen, wie Wochenendausflüge auf dem Segelschiff sind beliebt. Handwerkliche Angebote wie das Vater-Kind Schmieden werden ebenso stark genutzt, um die Vater-Kind Beziehung zu stärken.

Nach einer Pilotphase 2012 fand das VÄTERNETZWERK in diesem Jahr an den Standorten Hamburg, Frankfurt, Berlin und in Nordrhein-Westfalen in 14 Unternehmen statt und wird jedes Jahr besser nachgefragt. 2018 geht das neue VÄTERNETZWERK über die neue zentrale Plattform www.vaeter-ggmbh.de an den Start.

Pressekontakt:

Väter gGmbH, Volker Baisch (Geschäftsführer), Langbehnstrasse 10, 22761 Hamburg

Tel.: 040/88168924 – Mobil: 01736143007, E-Mail: v.baisch@vaeter-ggmbh.de

Mit neuer Internetpräsenz: www.vaeter-ggmbh.de

Über Väter gGmbH:

Die Väter gGmbH ist eine gemeinnützige Unternehmensberatung mit Sitz in Hamburg. Gegründet wurde sie 2010 durch den Social Entrepreneur und Ashoka-Fellow Volker Baisch. Mit ihrem Angebot begleitet die Organisation Väter und Unternehmen bei der Herausforderung zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Ziel ist es Vaterschaft in Familie, Partnerschaft, und Wirtschaft nicht nur neu zu denken, sondern auch neu zu gestalten.