



Diversity

4 Jahre Netzwerk Fokus Väter

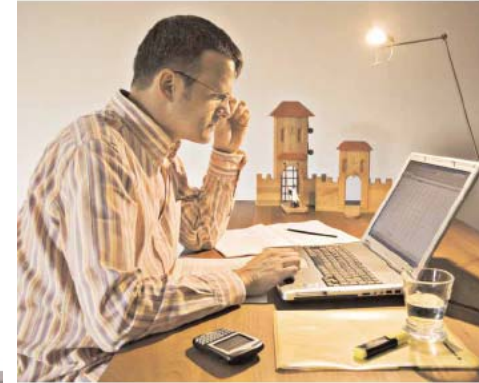
Das Kernteam „Fokus Väter“ konkretisierte seit der letzten Impulstagung (Jan. 2006) die Handlungsfelder und legte Prioritäten fest



Olaf Johannsen (Informations- und Kommunikationspolitik) ist verheiratet und hat eine vierjährige Tochter. Er arbeitet in Vollzeit 38 Stunden pro Woche.



Stefan Barthmann, Fachexperte im Geschäftsprozessmanagement/ Zentral- und Filialorganisation, ist verheiratet und hat ein sechsjähriges Kind. Er hat ein Jahres-Arbeitskonto auf 64 Prozent Basis.



Christian Bode (Digitalisierungsbeauftragter für Akquisitionsforschungen, Corporate & Markets) ist geschieden und hat einen achtjährigen Sohn. Er geht zwei Mal in der Woche früher nach Hause und arbeitet abends, nachdem sein Sohn zu Bett gegangen ist, über Home-Office weiter.



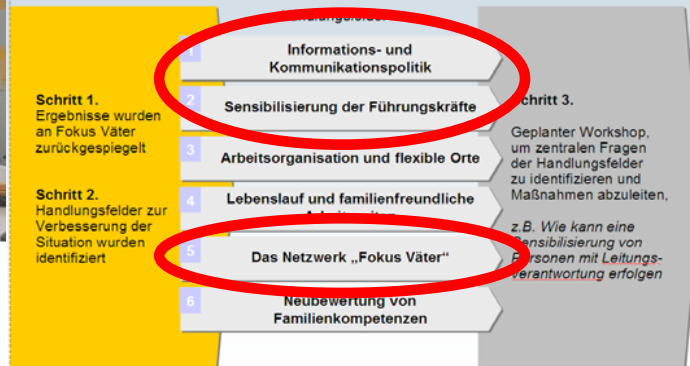
Rainer Rosenthal (Spezialist Umweltschutzmanagement, Zentral- und Filialorganisation) ist verheiratet und hat einen neunjährigen Sohn. Er arbeitet in Teilzeit 20 Stunden pro Woche.



Uwe Heidbrink, Steuerungspraktiker bei Zentral- und Filialorganisation, ist zum zweiten Mal verheiratet und hat zwei Kinder (13 und 16). Er nutzt flexible Arbeitszeiten.

Und nun, was passiert mit den Erkenntnissen ?

ZPA – Diversity

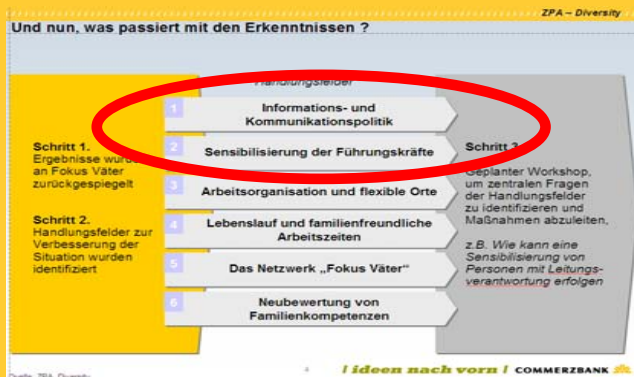


Quelle: ZPA, Diversity

4 | Ideen nach vorn | COMMERZBANK 

Schwerpunkt im Handlungsfeld „Sensibilisierung Führungskräfte“ und „Informations- und Kommunikationspolitik“ war die Väter-Broschüre

HANDLUNGSFELD

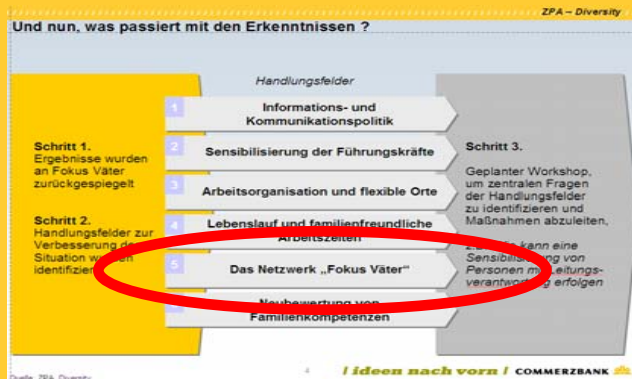


Vorgesehene Verteilung der Broschüre in 2008:

- Broschüre wird Bestandteile eines Infopaketes und wird aktiv an alle werdenden Eltern versandt
- Alle Führungskräfte der 1-2 Ebene

Schwerpunkt im Handlungsfeld „Das Netzwerk – Fokus Väter“ lag auf der Beantwortung der Frage „Wer sind wir – wofür stehen wir?“ und dem Selbstverständnis und unseren Zielen

HANDLUNGSFELD



Warum glauben wir, dass es uns als Netzwerk „Fokus-Väter“ braucht?

- Die Studie von Harald Seehausen fasst im Fazit zusammen: Das Thema „Vereinbarkeit Familie und Beruf aus Vätertsicht“ ist zwar salonfähig aber noch nicht betriebsfähig!

Was leisten wir nicht?

- Keine psychologische Beratung für Männer / Väter
- Keine Beratung von Mitarbeitern wie sie sich gegenüber ihrem Vorgesetzten Verhalten sollen.
- Kurz: Wir wollen und werden den BR nicht ersetzen.

Was leisten wir / wo wollen wir hin?

Die Ziele des Commerzbank-Netzwerks „Fokus Väter“:

- Beispiele aktiver Vaterschaft vorleben und so andere Mitarbeiter auf unterschiedliche Lebensmodelle hinweisen.
- Vätern Mut machen, neue Wege zu gehen.
- Vätern als Gesprächspartner zur Verfügung stehen.
- Mitarbeiter über Möglichkeiten zum flexiblen Arbeiten informieren.
- Eine Plattform zum regelmäßigen Austausch bieten.
- Führungskräfte für das Thema sensibilisieren.
- Ein positives Väterbild bankintern und nach außen vermitteln.
- Die Bedeutung von Familienkompetenzen etablieren.

Wirkungsanalyse

Motivation und Mobilisierung

- Männern Mut zu machen „Neue Wege zu gehen“ verstehen wir als wesentlichen Treiber / Motivation unserer Arbeit.
- Wir konnten dafür Herrn Dr. Strutz (Vorstand) und den Gesamtbetriebsrat zur Unterstützung gewinnen. Auch die Zusammenarbeit mit dem Frauennetzwerk Courage trug Früchte, siehe Veranstaltung „Rabenmutter trifft Weichei“.
- Alle Themen werden „ehrenamtlich“ on Top gestemmt und stehen somit in Konkurrenz zur Work-Life-Balance.

Kooperation und Kommunikation

- In der Commerzbank herrscht eine offene Kultur, die es erleichtert, mutig zu sein. Positiv war und ist der unternehmensweite „ComWerte-Prozess“. Insbesondere der Wert „Respekt und Partnerschaftlichkeit“ stärkt „mutig(er)“ zu sein – und - wir hatten mit Frau Barbara David, ZPA Diversity Management immer einen „hilfreichen Unterstützer“.
- Förderlich war und ist eine veränderte und intensivere öffentliche Diskussion des Themas in Deutschland
- Unsere Zusammenarbeit im Netzwerk lässt sich in drei Phasen gliedern. Anfangs leicht chaotisch, dann mit Bildung des Kernteams strukturiert und basisdemokratisch. Das soll dann für die nächste (dritte) Phase „Mehr Schultern für definierte Themen“ ebenfalls gelten. In der ersten Phase war es eher eine basisdemokratische Bottom-Up-Initiative und mit Kernteam und Handlungsfeld „Sensibilisierung“ wurde es eher ein Top-Down Thema mit dem Erfolg des „Grußwortes“ von Herrn Dr. Strutz.

Transparenz

- Aktiv wurde mit der Einbindung des Vorstandes eine sehr motivierende und legitimierende Wirkung im Kernteam erzielt.
- Ebenfalls legitimierend und bestärkend wirkte sich die Einladung eines Konzernleiters auf unsere Arbeit aus.
- Fazit für die letzten 2 Jahre:
Hohe Transparenz und problemlose Aktivität durch starken Rückenwind / keine Hemmnisse / keine Gegner

Wirkungsanalyse

Öffentlichkeitsarbeit

Intern

- Väter-Broschüre: Durchweg positive Reaktionen von allen Seiten.
- Intranet: Nur geringe Wirkung. Vereinzelt melden sich „Interessierte“.
- Mail: Eher frustrierend, da wir damit keine stetigen Teilnehmer gewinnen konnten (Diskontinuität).
- Mitarbeiter-Zeitschrift: Durchweg positive Reaktionen von allen Seiten.

Extern

- Zeitungs-Interviews: Viele Anfragen im Zusammenhang mit der gestiegenen öffentl. Thematisierung.
- Fernsehauftritte: Letztlich eine Folge der Zeitungs-Interviews „Man wurde auf das Netzwerk“ aufmerksam.
- Podiumsdiskussionen: Positive Resonanz über die persönlichen Geschichten – allerdings wenig TN.

Vernetzung

- Das Kennenlernen der Akteure aus den verschiedenen Netzwerken in der Commerzbank wurde durch ZPA, Barbara David angestoßen.
- Eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Frauennetzwerk Courage war themenbezogen möglich.
- Insgesamt haben wir den „Erfahrungsaustausch“ mit anderen Netzwerken über Fragen „Wir habt ihr das und das gemacht?“ noch viel zu wenig genutzt.

Fachliche Begleitung

- Hilfreich und strukturgebend war die Väterstudie von Dr. Harald Seehausen und die situative Begleitung von Arbeitstreffen des Kernteams.

Verhaltensänderung

- Wir sehen eine positive Verhaltensänderungen auf der Führungsebene (Wie kann ich Sie dabei unterstützen?) und eine zunehmende Beteiligung von Vätern in Kitas, Schulen und Hort-Einrichtungen.
- Wir nehmen eine wechselseitige Verunsicherung in den Geschlechterrollen war: Teilweise zeigen sich Frauen verunsichert von dem Mann der in ihr tradiertes Handlungsfeld Familie einsteigt und Männer hinsichtlich der Auswirkungen ihres neuen Weges am Arbeitsplatz. Unsicherheit weicht aber mit der Zeit!

Back Up

Aktivitäten von „Fokus Väter“ seit der letzten Impulstagung in 01/2006

ab 10/2005

Handlungsschwerpunkt: Ausarbeitung der Handlungsfelder

01/2006

Vorstellung „Fokus Väter“ auf 2. Impulstagung im Hessischen Rundfunk

1. Hi. /2006

Publikation eines Artikels in Zeitschrift „Fokus“ , „Frankfurter Rundschau“ u. „Woman“

03/2006

Publikationen im Intranet zu den Themen „Aktive Vaterschaft“ und „Diversity“

01/2007

Teilnahme in Jury bei Wettbewerb „Frauen- und familienfreundlicher Betrieb Rüsselsheim“

06/2007

Publikation eines Artikels in Commerzielles „Kinder und Karriere vereinbaren“

in 2006 u. 2007

Kontaktaufnahme u. Vorstellung Fokus Väter: IKEA Dtschl., Fraport, DGB, Stadt Bad Homburg

10/2007

Beginn Kontaktaufbau „in die Fläche Commerzbank AG“ / Kontaktaufnahme ZDF

10/2007

Publikation und Start der Verteilung der Broschüre „Neue Wege für Väter“

11/2007

Vorstellung „Fokus Väter“ auf GBR-Sitzung in Nürnberg „Der Mensch im Mittelpunkt der Bank“

11/2007

Erwähnung in BMF-Broschüre „Väterorientierte Personalpolitik in der Wirtschaft“

ab 12/2007

Teilnahme an Projekt „Teilzeit für männliche Führungskräfte“ der evang. Hochschule Darmstadt

Aktivitäten von „Fokus Väter“ seit der letzten Impulstagung in 01/2006

August 2008

Teilnahme Podiumsdiskussion, FIF – Forum Kinder und Karriere, "Weichei trifft Rabenmutter"

August 2008

Fernsehaufttritt im ZDF „Länderspiegel“ zum Thema „Familienförderung“

05 / 2008

Interview für Focus Schule; Artikel "Wie viel Vater braucht mein Kind?"

August 2008

Teilnahme Podiumsdiskussion im Rahmen der Wanderausstellung „Rollenbilder im Wandel“

Anstehende Themen

2008

Thematisierung: Verteilung der Väterbroschüre intern

2008

Thematisierung: Neue Wege für neue Akteure beschreiten

2008

Terminfindung: Führungskräfteveranstaltung in Hamburg in Kooperation mit GBR

Ursprüngliche Ideen für 2008

Wir wollen Sie auf den aktuellen Stand
unserer Aktivitäten bringen!

Wir wollen Ihnen Ideen für 2008 vorstellen!

Wir wollen Sie für eine Mitarbeit in
einem Arbeitskreis gewinnen!

Optimierung interne
Kommunikation über COMNET

Veranstaltung eines KIDS-Day

Rollout in der Fläche