

VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Väter müssten mutiger werden

Väter getrauten sich oft nicht, am Arbeitsplatz ihre Bedürfnisse einzubringen, sagt die Fachstelle UND. Die Männer sollten offensiver werden und Teilzeitarbeit einfordern. Nur so würden Beruf und Familie besser vereinbar.

Die Schweiz ist im Vergleich zu anderen Ländern gegenüber frischgebackenen Eltern schockierend knausrig, wie eine

neue Studie zeigt (wir berichten). Müttern steht gemäss Gesetz 14 Wochen Mutterschaftsurlaub mit 80 Prozent des Lohns zu. Einen Vaterschaftsurlaub gibt es überhaupt nicht. Zum Vergleich: Deutschland gewährt Eltern insgesamt 47 Wochen Urlaub zum vollen Lohn.

nen. Eine konservative Mentalität herrscht allerdings nicht nur in der Schweiz, sondern auch in vielen anderen europäischen Ländern (siehe Tabelle). Es sei wichtig, den Blick zu öffnen, findet Huber. «Zu oft wird die Frage der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf Frauen fokussiert.» Die Unternehmen müssten auch den Vätern gute Lösungen anbieten. Dabei sei entscheidend: Nicht nur die Politik und die Betriebe stünden in der Pflicht, sondern auch die Männer selbst.

Mehr möglich als gedacht

Huber meint: «Vor allem junge Väter wollen vermehrt weniger arbeiten. Oft getrauen sie sich aber nicht, das einzufordern – entweder, weil ihnen die Vorbilder fehlen oder weil sie befürchten, sie gälten als zu wenig motiviert.» Die Folge: Die Vorgesetzten gehen davon aus, ihre männlichen Mitarbeiter möchten gar nicht das Pensum reduzieren.

Daniel Huber verlangt deshalb: «Junge Paare sollten mutiger werden.» Sie müssten flexiblere Arbeitszeiten einfordern und die Gleitzeiten mehr ausnützen, damit sie etwa ihre Kinder am Morgen in die Krippe bringen könnten.

Und wenn der Chef nun sagt, das sei zwar eine schöne Idee, aber leider betrieblich nicht um-

setzbar? «Es ist viel mehr möglich, als viele denken. Oft sehen Unternehmen nur die Nachteile», betont der Geschäftsführer der Fachstelle UND. Doch es gelte noch anderes in die Waagschale zu werfen: «Die Vorgesetzten sollten einsehen, dass Teilzeit arbeitende und zufriedene Mitarbeiter oft motivierter und konzentrierter sind.»

MIRJAM COMTESSE

**FAMILIEN
Bund fördert
Teilzeit**

Der Bundesrat möchte die Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben verbessern. Deshalb soll, wer beim Bund angestellt ist, Teilzeit arbeiten können. Die Landesregierung hat kürzlich beschlossen, dass neu zu besetzende Vollzeitstellen nach Möglichkeit als 80- bis 100-Prozent-Stellen ausgeschrieben werden. Überprüft wird auch, ob die Stellen im Rahmen eines Jobsharings vergeben werden können. Weiter soll die finanzielle Unterstützung der Bundesangestellten bei der externen Kinderbetreuung harmonisiert werden. **sda**

«Das traditionelle Familienmodell hat im Arbeitsleben noch immer die besseren Rahmenbedingungen.»

Daniel Huber, Fachstelle UND

Das wahre Problem der Schweiz liege jedoch nicht allein beim kümmerlichen Elternurlaub, sagt Daniel Huber, Geschäftsführer der Fachstelle UND. Er hält fest: «Das traditionelle Familienmodell hat im Arbeitsleben noch immer die besseren Rahmenbedingungen.» Diese einengenden Rollenvorstellungen behinderten Eltern, die sich sowohl im Beruf als auch in der Familie engagieren möchten. Die Fachstelle UND setzt sich dafür ein, dass Männer sowie Frauen die Familien- und Erwerbsarbeit vereinbaren kön-

Nicht nur Sache der Frauen

neue Studie zeigt (wir berichten). Müttern steht gemäss Gesetz 14 Wochen Mutterschaftsurlaub mit 80 Prozent des Lohns zu. Einen Vaterschaftsurlaub gibt es überhaupt nicht. Zum Vergleich: Deutschland gewährt Eltern insgesamt 47 Wochen Urlaub zum vollen Lohn.

EUROPÄISCHER VERGLEICH**Anteil Teilzeit erwerbstätige Männer**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Zunahme 2000-2006
Deutschland	5,0	5,3	5,8	6,1	6,5	7,8	9,3	+4,3%
Niederlande	19,3	20,0	21,5	22,0	22,5	22,6	22,2	+3,0%
Österreich	4,4	4,3	5,1	4,8	4,9	6,1	6,5	+2,1%
Schweiz	10,8	11,5	10,9	11,6	11,8	11,8	12,6	+1,8%
Spanien	2,9	2,8	2,6	2,7	2,8	4,5	4,4	+1,6%
Belgien	5,9	5,2	5,9	6,3	6,8	7,6	7,4	+1,4%
Finnland	8,0	8,0	8,3	8,6	9,0	9,3	9,2	+1,3%
Portugal	6,2	6,9	7,2	7,1	7,0	7,0	7,4	+1,2%
Schweden	10,7	10,8	11,2	11,3	12,4	11,5	11,8	+1,1%
Italien	3,9	3,8	3,7	3,3	4,9	4,6	4,7	+0,9%



Auch Väter wollen oft Familienarbeit übernehmen. Viele getrauen sich aber noch zu wenig, beim Job zurückzustecken.

Helke Grasser/ex-pres

SWATCH-CEO NICK HAYEK

«Wir sagen nicht Nein zu einer Akquisition»

Nick Hayek, CEO der Swatch Group, sagt, das vergangene Rekordhalbjahr sei die Frucht einer langfristigen Strategie. Im Gegensatz zur Konkurrenz habe die Swatch Group stets auch auf das untere Preissegment gesetzt.

Herr Hayek, die Halbjahresergebnisse der Swatch Group waren auf Mitte Monat angekündigt. Warum kommunizieren Sie nun rund zehn Tage früher?
Nick Hayek: Haben wir Euch alle erwischt?

Ja. Wissen Sie, einige Analysten wollen die Ergebnisse für ihre Interessen zuspitzen. Darum haben wir uns gesagt: Das Beste ist, wir sind unberechenbar. Dann wagt niemand, zu spekulieren und zu manipulieren.

Die Swatch Group hat noch mehr verkauft als im Rekordjahr 2008.

Sind Sie überrascht?

Nein. Unsere Zielsetzung war, und dies haben wir auch so kommuniziert, 2010 zum Rekordjahr zu machen. Deshalb war das Ergebnis nicht eine Überraschung, sondern eine Bestätigung. Aber es ist die Frucht einer langfristigen Strategie, von der wir auch 2009 nie abgewichen sind, obwohl das Umfeld ein wenig schwieriger war, als es dieses Jahr ist.

Sie haben in den vergangenen anderthalb Jahren nie von einer Krise gesprochen, immer nur von einer Verlangsamung. Sie lagen offenbar richtig.

Ja, schauen Sie, ich habe Anfang 2009 mit Vehemenz darauf hingewiesen, dass es sich um eine massive Krise der Finanzwirtschaft und nicht der Realwirtschaft handle. Und dass die generelle Hysterie, die damals um sich griff, absolut ungerechtfertigt sei und was die Realwirtschaft betreffe allen nur schade. Nach so vielen Jahren mit anhaltendem Boom kann es doch sein, dass es einen Knick gibt.

Welches sind die Gründe, dass die Swatch Group besser abgeschlossen hat als die Branche?

Die Swatch Group ist ein einmaliges Gebilde. Nicht nur, dass wir für die gesamte Uhrenindustrie ein Massstab sind, weil wir allen andern liefern. Sondern weil wir in allen Segmenten vertreten sind. Wir haben mit der Marke Swatch nie den Blick verloren für das unterste Segment. Es ist Teil unserer Strategie, starke Marken in allen Segmenten zu haben.

Wenn wir schon bei dem Segment sind, wo konnten Sie am meisten zulegen?

Breguet hat sehr gut operiert und Blancpain auch. Am stärksten gewachsen sind Omega, Longines, Tissot und Mido. Das sind diejenigen Marken, die auch 2009 sehr stark waren. Der Gewinn im Jahr 2009 der Marke Tissot alleine ist grösser als der

gesamte Gewinn der Uhren- und Schmucksparte eines grossen französischen Luxuskonzerns.

Konnten Sie das Wachstum problemlos bewältigen. Oder gab es Engpässe?

Es gab und gibt Kapazitätsengpässe. Zum Beispiel bei den Zifferblättern, den Gehäusen und beim neuen Co-Axial Damenwerk der Omega. Aber wir sind wie immer dran zu investieren.

Das Eigenkapital der Swatch Group ist weiter gewachsen. Planen Sie Zukäufe?

Wenn sich die Gelegenheit bietet, die Akquisition einer guten Marke zu machen, dann sagen wir nicht Nein. Aber wir sind nicht die, die auf die Pirsch nach neuen Firmen gehen. Unsere Zeit verbringen wir damit, Wachstum mit dem zu generieren, was wir haben.

INTERVIEW: DANIEL ROHRBACH



Swatch-CEO Nick Hayek: «Das Rekordergebnis war keine Überraschung, sondern eine Bestätigung.»

Keystone

SWATCH GROUP**Rekordzahlen gemeldet**

Die Swatch Group hat so viele Uhren und Luxusgüter verkauft wie noch nie: Erstmals in einem ersten Halbjahr knackte der Weltmarktführer zwischen Januar und Juni 2010 die Marke von 3 Milliarden Franken. Mit den verzeichneten 3,03 Milliarden Umsatz hat die Swatch Group 22,2 Prozent mehr verkauft als im ersten Halbjahr 2009. Es sind auch 2 Prozent

mehr als in der Vergleichsperiode 2008: Die Gruppe hat somit mehr verkauft als vor dem Abgleiten der globalen Wirtschaft in die jüngste Rezession. Der Gewinn der Swatch Group stieg im ersten Halbjahr um 54,5 Prozent auf 465 Millionen Franken. Das Rekordergebnis beflügelte die Börse: Die Inhaberaktie schloss mit 341,40 Franken um 4,2 Prozent höher. **sda**