

## Happy Elternzeit oder Kraftakt Familie?

### Deutschlands „Lust auf Familie“ braucht mehr Unterstützer

Ergebnisse einer repräsentativen Elternstudie<sup>1</sup> aus Allensbach im Auftrag von Humana

Berlin/Bundespressekonferenz, 23. März 2011. **Das Bild, das die Gesellschaft von Müttern und Vätern kleiner Kinder hat, schwankt zwischen den Extremen: Familienidyll und Supermütter versus Überforderung und Angst vorm Karriereknick.<sup>2</sup> Erzeugen Eltern selbst dieses Bild? Eine repräsentative Befragung von über 1.000 Eltern kleiner Kinder im Alter bis zwei Jahre durch das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag von Humana zeigt: Alle Eltern machen naturgemäß ambivalente Erfahrungen. Schlafmangel und Zeitdruck stehen Stolz und Erfüllung gegenüber. Aber das Positive überwiegt: Deutschlands Familien sind sogar signifikant glücklicher als der Bevölkerungsdurchschnitt<sup>3</sup>, vor allem, wenn ein Partner und Unterstützung aus dem privaten Umfeld vorhanden sind. Nachdenklich stimmt, dass Eltern, die nicht ausreichend Unterstützung im Alltag erfahren, sowie Alleinerziehende – zusammen rund 30 Prozent der Elternschaft – eine deutlich getrübte Sicht auf Familie und den weiteren Kinderwunsch haben. Renate Schmidt, frühere Bundesfamilienministerin und heute unter anderem Kuratoriumsvorsitzende des Deutschen Familienverbandes e. V., und Paula Honkanen-Schoberth, Bundesgeschäftsführerin des Deutschen Kinderschutzbundes e. V., diskutieren den Handlungsbedarf.**

Durch alle Einkommensgruppen der Studie hinweg zeigt sich, dass junge Eltern glücklicher in ihrer Lebenssituation sind, wenn sie konkrete Unterstützung in ihrem Umfeld bekommen. Und wenn Eltern sich im Alltag zurecht finden und wissen, wo sie bei Bedarf Hilfe bekommen, hat das positiven Einfluss auf ihren weiteren Kinderwunsch. „Hier haben wir konkrete Hinweise, wie Familienpolitik und Gesellschaft junge Familien in Deutschland unterstützen können,“ begrüßt Renate Schmidt die Ergebnisse der Studie. „Geld ist nicht alles. Betreuungsangebote sind wichtig, aber auch flexible Arbeitszeitmodelle und mehr Verständnis für die Bedürfnisse einer Familie seitens der Arbeitgeberschaft sind gefragt.“ Um die positiven Werte und die Machbarkeit von Familie in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken, sieht Schmidt Bedarf, die Normalität stärker zu propagieren: „So unterstützen und entlasten wir diese Familien.“

Paula Honkanen-Schoberth ergänzt vor dem Hintergrund ihrer Erfahrungen mit Elternförderkursen: „Eltern setzen sich oft selbst unter Druck, indem sie perfekt sein wollen. Erziehung bedeutet lebenslanges Lernen. So wie Kinder täglich neue Entwicklungsschritte gehen, müssen auch Eltern an und in ihrer Rolle wachsen. Dazu müssen sie aber noch lange nicht psychologisch betreut werden. Humor, Gelassenheit und der Austausch mit anderen helfen.“ Sie ruft die deutliche Mehrheit der Eltern in Erinnerung, die sich subjektiv in einer sehr glücklichen Lebensphase sehen. Warum trägt sich

#### Kontakt für Rückfragen:

Humana GmbH  
Inga Schaumann  
Leiterin Kommunikation  
Münsterstraße 31  
48351 Everswinkel  
Tel.: 02582 77373  
Fax: 02582 8714  
E-Mail:  
[inga.schaumann@humana.de](mailto:inga.schaumann@humana.de)

dieses Glück so wenig in die Öffentlichkeit? „Vielleicht, weil das Alltagsglück so leise ist, es hat zu wenig Dramatik“, so die These von Honkanen-Schoberth. „Uns fehlt offensichtlich das gesunde Gegengewicht, das nicht gleich durch überzeichnete Ideale wieder das Bild verzerrt. Es ist gut, wenn etwa Medien sich für Missstände stark machen. Eltern, die sich das Leben mit Kind anders vorgestellt haben, brauchen Unterstützung und frühe Hilfe, damit auch sie die Freude im Leben mit ihren Kindern spüren.“

„Mehr Sichtbarkeit für das normale Elternglück, mehr Botschafter für Lust auf Familie – dafür können und wollen wir uns als Marke, die seit mehr als 60 Jahren Partner im Alltag junger Eltern ist, einbringen“, schlussfolgert Annette Klepper, Leitung Marketing der Humana GmbH. Darüber hinaus wird Humana die Ergebnisse der Studie zusammen mit den Hinweisen des heutigen Podiums dem Familienministerium übergeben.

#### Referenzen

<sup>1</sup> Humana Elternstudie – Gratifikation und Belastungen von Elternschaft. Repräsentative Befragung von Eltern kleiner Kinder bis zwei Jahre. März 2011

<sup>2</sup> Repräsentative forsa-Umfrage „Warum kriegt Ihr keine Kinder?“ im Auftrag der Zeitschriften ELTERN und ELTERN family, Februar 2011

<sup>3</sup> Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 6202 und 7096

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.652

**Abdruck honorarfrei; Belegexemplar erbeten**

Pressefotos der Veranstaltung stehen für Sie zum Download bereit unter:  
<ftp://humana:3hum-Ka2@ftp.mastermedia.de>

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie unter  
<http://www.humana.de/de/ueber-uns/presse/bildarchiv>  
<http://www.happy-elternzeit.de>

#### **60 Jahre Humana - 60 Jahre Qualität aus Deutschland!**

In der Zeit, in der große Fernsehsender und spätere berühmte Moderatoren geboren wurden, legte der Kinderarzt Dr. Lemke in Herford auch den Grundstein der heutigen Humana Produkt-Range. Er entwickelte die erste adaptierte Säuglingsnahrung in Deutschland. Über die Jahrzehnte hat Humana dieses Know-how in Zusammenarbeit mit der Wissenschaft weiter vertieft: Die ersten Spezialnahrungen für Frühgeborene, Spuck-Kinder und allergiegefährdete Säuglinge folgten und stehen heute in einem umfangreichen Sortiment aus Milchen, Breien, Desserts u.a. Alle Humana Produkte entstehen aus der Verbindung neuester wissenschaftlicher Forschung, langjähriger Erfahrung und dem Wissen um die Bedürfnisse der Kleinen – aus Liebe zum Kind. Darauf vertrauen Eltern in rund 50 Ländern. Produktionsstandort ist dabei nach wie vor Herford. Die Humana Unternehmensgruppe ist ein genossenschaftlich organisiertes Unternehmen, das seine Milch für die Babynahrung ausschließlich von milcherzeugenden Betrieben aus der Region Herford bezieht. Somit kann Humana als einer der wenigen Anbieter Qualität aus Deutschland garantieren. Von der Kuh bis zum Produkt.

#### **Kontakt für Rückfragen:**

Humana GmbH  
Inga Schaumann  
Leiterin Kommunikation  
Münsterstraße 31  
48351 Everswinkel  
Tel.: 02582 77373  
Fax: 02582 8714  
E-Mail:  
[inga.schaumann@humana.de](mailto:inga.schaumann@humana.de)