

# TRENDSTUDIE ZUKUNFT VEREINBARKEIT



Wie die kommende  
Elterngeneration  
Familie, Gesellschaft  
und Wirtschaft  
verändern wird.



**conpadres**

STARKE VÄTER, STARKE UNTERNEHMEN.

# conpadres

STARKE VÄTER, STARKE UNTERNEHMEN.

Das **Vätternetzwerk conpadres** vernetzt Unternehmen und ermutigt diese von und miteinander zu lernen. Unsere Mitgliedsunternehmen wollen gemeinsam mit uns die Arbeitswelt familienfreundlicher, diverser und sozial nachhaltiger gestalten. Denn nur zusammen können wir etwas bewegen. In den letzten 10 Jahren sind mehr als 30 Unternehmen Teil unseres Netzwerks geworden. Wir sitzen am Puls der Veränderung der Arbeitswelt und freuen uns mit der von **Forsa** durchgeführten Studie eine Perspektive für die Zukunft aufzuzeigen. Denn wir brauchen starke Väter für starke Unternehmen.



WIR BEDANKEN UNS BEI  
UNSEREN SPONSOREN  
DER STUDIE:



vodafone



ERGO

OTTO

HAYS



SANOFI

# VORWORT

## VOLKER BAISCH

„Laut Forschern, Wissenschaftsführern und Aktivisten könnte das Jahr 2020 den Blick der Gesellschaft auf Vaterschaft grundlegend verändert haben und somit den tiefgreifendsten Wandel in der Fürsorgeverantwortung seit dem Zweiten Weltkrieg bewirken ...“, schrieb The Guardian<sup>1</sup> im November 2020.

Im Sommer 2021 befragten Studierende der Wirtschafts- und Werbepsychologie der Universität München in Rahmen einer Forschungsarbeit<sup>2</sup> ihre Kommiliton:innen, welche Rolle für sie die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben spiele. Das Ergebnis: Eine betriebliche Vereinbarkeitspolitik erhöht die Arbeitgeberattraktivität deutlich.

Das Thema Familienbewusstsein ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Es ist nicht mehr ein reines Frauenthema, sondern mehr und mehr auch ein Männerthema. Männer wollen nicht mehr auf ihre Rolle als Familienernährer reduziert werden, sondern sich aktiv an der Familienarbeit beteiligen und mehr Zeit für ihre Kinder haben. Auch wir haben in unseren Väternetzwerken den konstanten Wandel und diesen Ruck, der während der Corona-Pandemie durch die Gesellschaft ging, deutlich gespürt.

In unserer ersten Trendstudie 2013 lag unser Fokus darauf, was Väter sich in Bezug auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wünschen, um daraus Handlungsfelder für die Gesellschaft, Politik und Unternehmen abzuleiten. Heute, knapp zehn Jahre später, wollen wir mit unserer zweiten Trendstudie einen Ausblick in die Zukunft geben. Wir haben junge Berufstätige mit Kinderwunsch nach ihren Vorstellungen von Vereinbarkeit von Familie und Beruf befragt.

Herausgekommen sind Ergebnisse, die sogar uns überrascht haben. Positiv überrascht. Nur so viel sei verraten: Der Wunsch nach mehr Partnerschaftlichkeit ist inzwischen ein zentrales Thema der jungen Generation. Junge Erwachsene mit Kinderwunsch wollen und erwarten familienbewusste Arbeitgebende. Viel Spaß beim Lesen und Diskutieren.

Hamburg, den 19. November 2021



Volker Baisch  
Väternetzwerk conpadres



<sup>1</sup> <https://www.theguardian.com/lifeand-style/2020/nov/19/pandemic-could-lead-to-most-profound-shift-in-parenting-roles-since-wwii-say-experts-coronavirus> geöffnet am 08.11.2021

<sup>2</sup> „Nachhaltigkeitsbedürfnisse der Generation Y – Was sollte ein Arbeitgeber in Bezug auf Nachhaltigkeit anbieten, um für die Generation Y attraktiv zu sein? Studierende der Wirtschafts- und Werbepsychologie der Uni München

# VORGEHEN DER TRENDSTUDIE

Seit nunmehr 10 Jahren berät die Väter gGmbH Unternehmen zu einer väterbewussten Personalpolitik. Während dieser Jahre haben wir beobachten dürfen, dass der Wunsch nach mehr Partnerschaftlichkeit und gleichberechtigter Teilhabe an der Familienarbeit bei den Vätern stetig zugenommen hat. Auch sie wollen sich nicht mehr zwischen Beruf und Familie entscheiden müssen, sondern fordern beides<sup>3</sup> – ihren Platz in der Familie und von ihren Arbeitgebenden dementsprechend familienbewusste Maßnahmen. Um herauszufinden, wie junge Berufstätige mit Kinderwunsch sich die Vereinbarkeit von Familie und Beruf vorstellen und wie Arbeitgebende aufgestellt sein müssen, um diesen Erwartungen gerecht zu werden, haben wir in diesem Jahr unsere zweite Trendstudie durchgeführt.

In einem ersten Schritt haben wir in Kooperation mit unseren Sponsoren einen Fragebogen entwickelt und diesen mit dem Forschungsinstitut Forsa abgestimmt. Der Fragebogen bildete die Grundlage für die repräsentative Umfrage, welche Forsa dann in der Zeit vom 5. - 17. Oktober 2021 durchgeführt hat. Befragt wurden insgesamt 1.012 nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Männer und Frauen zwischen 29 und 40 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland, die noch keine Kinder haben, sich aber vorstellen können, Eltern zu werden, und seit mindestens zwei Jahren im Berufsleben stehen. Auf die Gesamtheit der 29- bis 40-Jährigen in Deutschland können die ermittelten Ergebnisse lediglich mit den bei allen Stichprobenerhebungen möglichen Fehlertoleranzen (im vorliegenden Fall +/- 3 Prozentpunkte) übertragen werden.

---

<sup>3</sup>Allensbachstudie „Elternzeit, Elterngeld und Partnerschaftlichkeit“ 2021

# WESENTLICHE KERNTHESEN

- 01 Familienbewusstsein steigert Arbeitgeberattraktivität deutlich** Seite 06  
Die Mehrheit (59 Prozent) der befragten zukünftigen Väter und Mütter würde den Arbeitgebenden (eher) wechseln, wenn dieser keine Maßnahmen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbietet.
- 02 Väter als Vereinbarkeitsvorbilder werden wichtiger** Seite 08  
Noch orientieren sich 40 Prozent der 29 – 40-Jährigen mit Kinderwunsch in erster Linie an der Mutter, wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf geht. Immerhin 37 Prozent der Befragten nehmen sich Freunde oder Bekannte zum väterlichen Vereinbarkeitsvorbild.
- 03 Das neue Normal – 4-Tage-Woche statt Vollzeit** Seite 10  
Sowohl die befragten Männer (38 Prozent) als auch die befragten Frauen (41 Prozent) sind der Meinung, dass eine wöchentliche Arbeitszeit zwischen 32 und 40 Stunden für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ideal sei. 34 Prozent der Frauen und 30 Prozent der Männer halten dabei sogar 24 bis 32 Stunden für sinnvoll.
- 04 Partnerschaftlich aufgeteilte Elternzeit wird selbstverständlich** Seite 12  
48 Prozent der zukünftigen Väter wollen nach der Geburt ihrer Kinder eine gleichmäßige Aufteilung der Elternzeit. Und 96 Prozent der Männer mit Kinderwunsch wollen zwischen zwei und 12 Monaten Elternzeit in Anspruch nehmen.

# THESE 01

## Familienbewusstsein steigert Arbeitgeber- attraktivität deutlich

2014 erlebten noch 83 Prozent der Väter familienbewusste Angebote des Arbeitgebenden als Angebote ausschließlich für Frauen. 2021 nahmen noch immer 48 Prozent der Väter weder Elternzeit noch Elterngeld in Anspruch, weil sie berufliche Nachteile befürchteten.<sup>4</sup> Wie wichtig aber den zukünftigen Arbeitnehmenden die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben ist, zeigen schon die Ergebnisse der Forschungsarbeit zur sozialen Nachhaltigkeit der Generation Y<sup>5</sup>: Eine betriebliche Vereinbarkeitspolitik erhöht die Arbeitgeberattraktivität deutlich. Auch die Prognosestudie „Neue Chancen für Vereinbarkeit“ hat das sichtbar gemacht. Die „Neuen Väter“ wollen familienbewusste Maßnahmen, die auch ihnen offenstehen. So sprachen 42 Prozent der Väter während der Pandemiezeit mit ihren Arbeitgebenden über ihre Vereinbarkeitswünsche. Denn auch sie mussten und wollten sich während dieser Zeit vermehrt in der Kinderbetreuung und im Homeschooling engagieren. Nicht verwunderlich also, dass Väter mehr denn je von den Unternehmen eine glaubhafte Vereinbarkeit von Familie und Beruf erwarten und Vorgesetzte, die für das Thema offen und sensibilisiert sind.

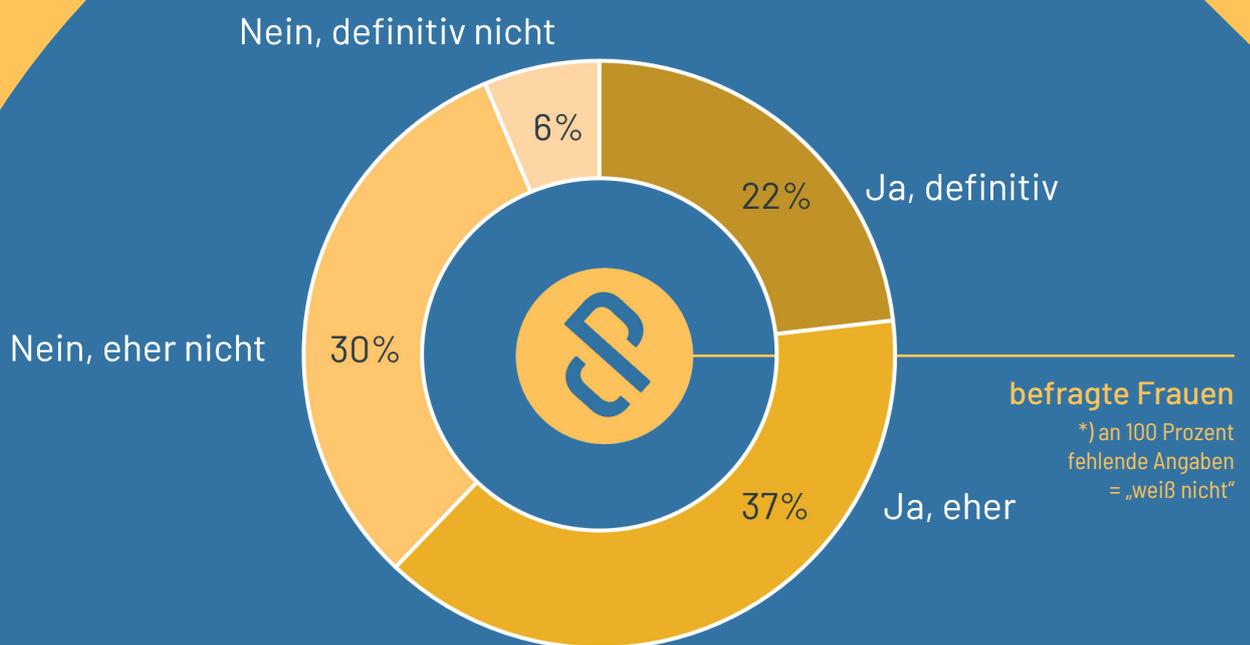
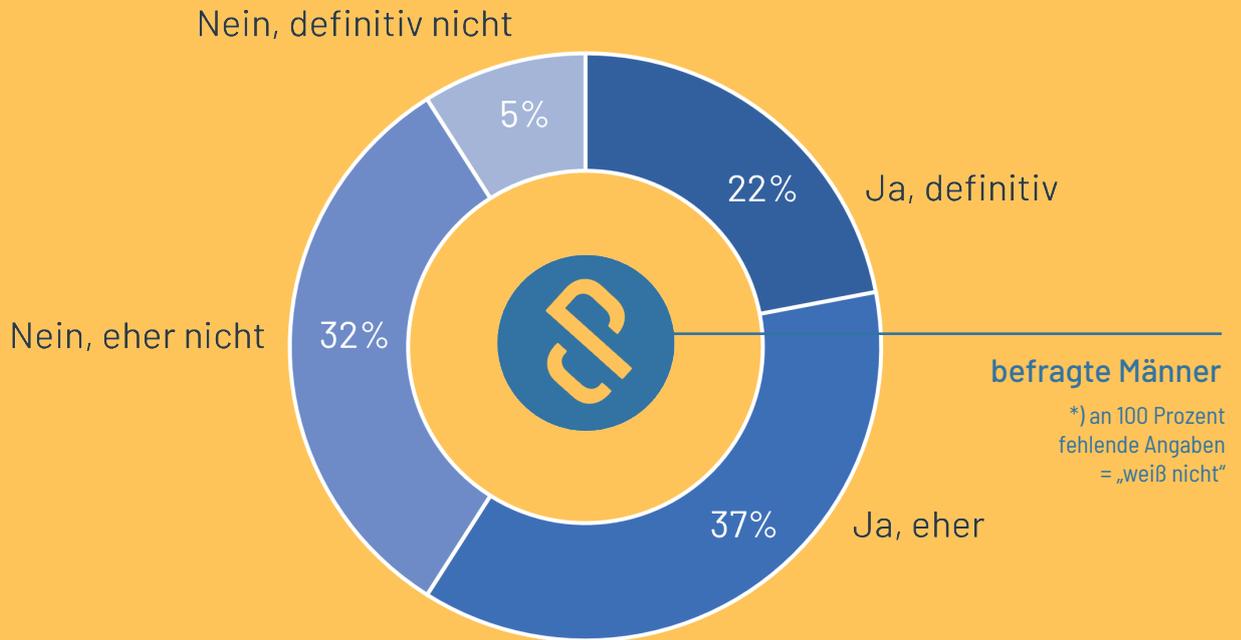
Wie die Ergebnisse unsere zweiten Trendstudie zeigen, gehen die zukünftigen Väter sogar noch einen Schritt weiter. Die Mehrheit (59 Prozent) der von uns befragten Männer, würden bei fehlenden Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf den Arbeitgebenden (eher) wechseln. Sie liegen damit gleichauf mit den Frauen. Knapp ein Viertel der Befragten, Männer wie Frauen, würde definitiv wechseln und 37 Prozent würden es ernsthaft in Erwägung ziehen. 2016 hätten laut einer Studie von A.T. Kearney lediglich 21 Prozent der Männer aufgrund fehlender familienbewusster Angebote den Arbeitgebenden gewechselt. Die Zahl der Wechselwilligen hat sich somit mehr als verdoppelt, was ein Weckruf für die Unternehmen sein sollte.

---

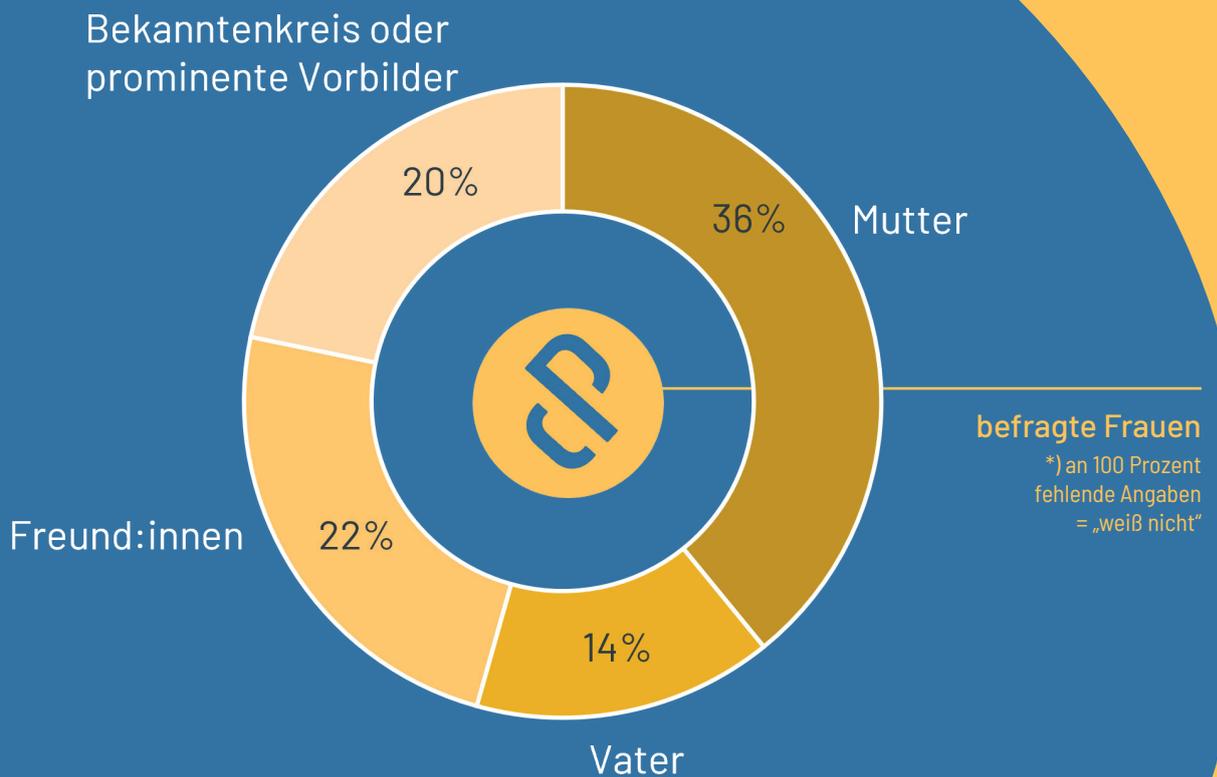
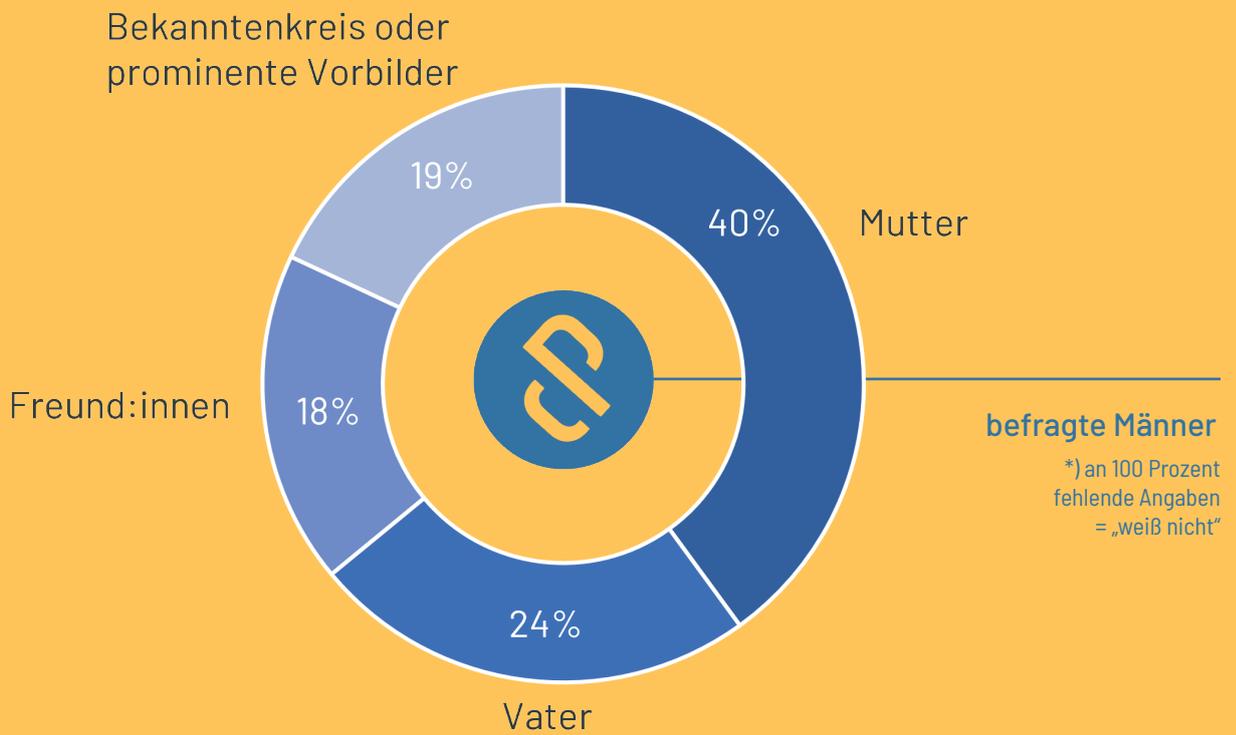
<sup>4</sup>Allensbachstudie „Elternzeit, Elterngeld und Partnerschaftlichkeit“ 2021

<sup>5</sup>Nachhaltigkeitsbedürfnisse der Generation Y – Was sollte ein Arbeitgeber in Bezug auf Nachhaltigkeit anbieten, um für die Generation Y attraktiv zu sein? Studierende der Wirtschafts- und Werbepsychologie der Uni München

# Würden Sie bei fehlenden Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf den Arbeitgeber wechseln?



# Welche Vorbilder haben Sie im Bezug auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf?



## Väter als Vereinbarkeitsvorbilder werden wichtiger

Die Mehrheit der jungen Männer heute ist noch in einer Familie mit dem klassischen väterlichen Rollenmodell (Vater arbeitet Vollzeit/Frau eher Teilzeit) aufgewachsen: mit einem Vater, dessen Hauptaufgabe darin lag, für das Familieneinkommen zu sorgen und sich eher abends und am Wochenende mit um die Kinder zu kümmern. 2012 stimmten in unserer ersten Trendstudie noch 90,4 Prozent der Aussage „Ich unterscheide mich in dem, wie ich meine Vaterrolle definiere, von früheren Vätergenerationen“ zu<sup>6</sup>. Der eigene Vater, aber auch andere Väter, konnten nicht als männliche Vorbilder für die Vaterrolle dienen. Von den von uns in unserer zweiten Trendstudie befragten Männer nehmen sich immerhin schon 24 Prozent den eigenen Vater als Vorbild, wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf geht. Mit 40 Prozent orientiert sich die Mehrheit der Männer aber in erster Linie an ihren Müttern. Laut Alexander Cherdron, Psychotherapeut und Psychoanalytiker, dient der Vater für den Sohn ein Leben lang zur eigenen Identifikation. „Der Vater ist für den Sohn immer ein Vergleich, es wird immer einen Mix aus Liebe, Idealisierung und Reibung zwischen den beiden geben.“<sup>7</sup> Junge Männer, die eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf leben wollen, brauchen daher den eigenen Vater oder aber Freunde und Kollegen, die als Beispiel dafür dienen können, wie diese väterliche Rolle ausgefüllt werden kann. Oftmals sind es diese fehlenden männlichen Vereinbarkeitsvorbilder, die Väter bei einer aktiven Vaterschaft – der partnerschaftlichen Aufteilung bei der Kinderbetreuung – im Wege stehen, denn sie handeln unbewusst noch nach alten Mustern: Während sich 45 Prozent der Eltern eine partnerschaftliche Aufteilung wünschen, wird diese nur von 17 Prozent auch umgesetzt.<sup>8</sup>

Umso wichtiger ist es daher, dass junge Männer auch außerhalb ihrer Familien Vorbilder finden, an denen sie sich in Bezug auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf orientieren können. 37 Prozent der Männer tun dies bereits und nehmen sich den eigenen Freundes- und Bekanntenkreis zum Vorbild. Für die Unternehmen bedeutet dies, dass sie die Sichtbarkeit von männlichen Mitarbeitenden, die Beruf und Familie vereinbaren, noch weiter erhöhen sollten.

---

<sup>6</sup>Erste Trendstudie Väter gGmbH

<sup>7</sup><https://web.de/magazine/ratgeber/kind-familie/vater-sein-heute-vaeter-gerade-soehne-wichtig-sind...35895810>

<sup>8</sup>Allensbachstudie „Elternzeit, Elterngeld und Partnerschaftlichkeit“ 2021

# THESE

## 03

## Das neue Normal – 4-Tage-Woche statt Vollzeit: Künftige Eltern wollen Vereinbarkeit von Teilzeit und Familie.

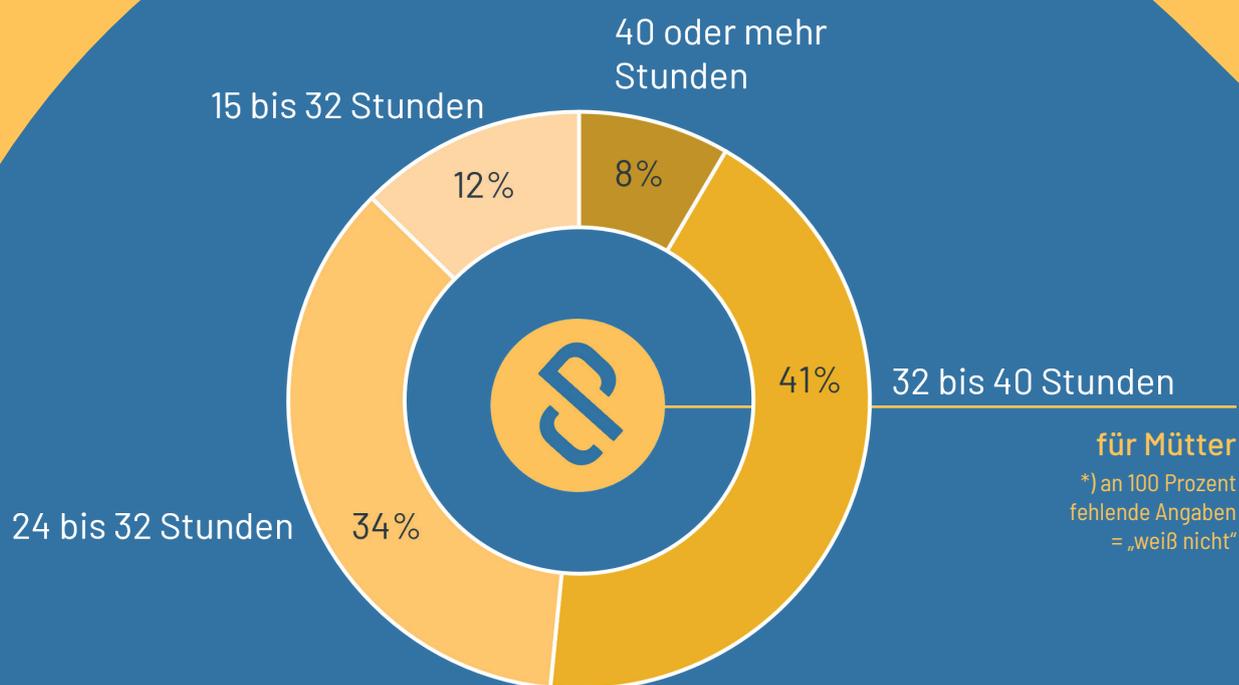
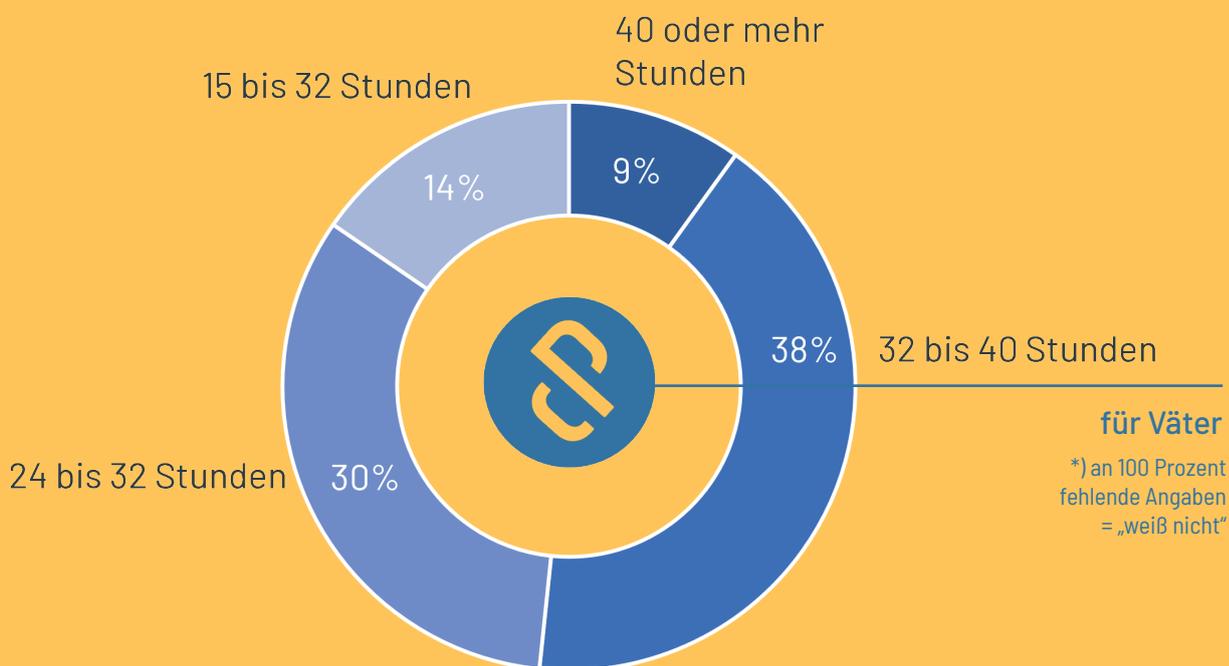
Noch ist das Arbeiten in Teilzeit Frauensache. 2021 waren 66 Prozent der Mütter in Teilzeit erwerbstätig. Von den Vätern hingegen nur sechs Prozent. Schon 2017 zeigte sich aber auf Basis des Sozio-ökonomischen Panels<sup>9</sup> deutlich, dass Männer gerne weniger und Frauen dagegen mehr arbeiten wollen. 50 Prozent der befragten Männer gaben damals an, ihre Arbeitszeit reduzieren zu wollen. Gleichzeitig wollten mit 17 Prozent fast doppelt so viele Frauen wie Männer ihre Arbeitszeit erhöhen. Wobei die gewünschte Wochenarbeitszeit mit knapp 31 Stunden bei den Frauen um acht Stunden geringer ausfiel als bei den Männern.

Heute, fünf Jahre später, zeigen unsere Studienergebnisse eine deutliche Veränderung hin zu noch weniger Stunden: Die große Mehrheit der zukünftigen Väter möchte in (reduzierter) Vollzeit beziehungsweise Teilzeit arbeiten. Auf die Frage, wie viele Stunden Teilzeit aus ihrer Sicht für die Vereinbarkeit sinnvoll sind, lag die Einschätzung von 38 Prozent der Befragten bei 32 – 40 Stunden, was einer reduzierten Vollzeit entspricht. Sie liegen damit fast gleichauf mit den Frauen: 41 Prozent der befragten zukünftigen Mütter können sich eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf ebenfalls nur mit einer reduzierten Vollzeitstelle vorstellen. 30 Prozent der befragten Männer und 34 Prozent der befragten Frauen würden sogar noch weiter reduzieren. Sie sind davon überzeugt, dass eine gute Vereinbarkeit nur mit 24 bis maximal 32 Stunden möglich sei. Ein deutliches Zeichen dafür, dass Unternehmen ihre Stellen zukünftig auch für Männer mehr „teilzeitauglich“ gestalten sollten, um für potentielle Bewerber:innen noch interessanter zu werden.

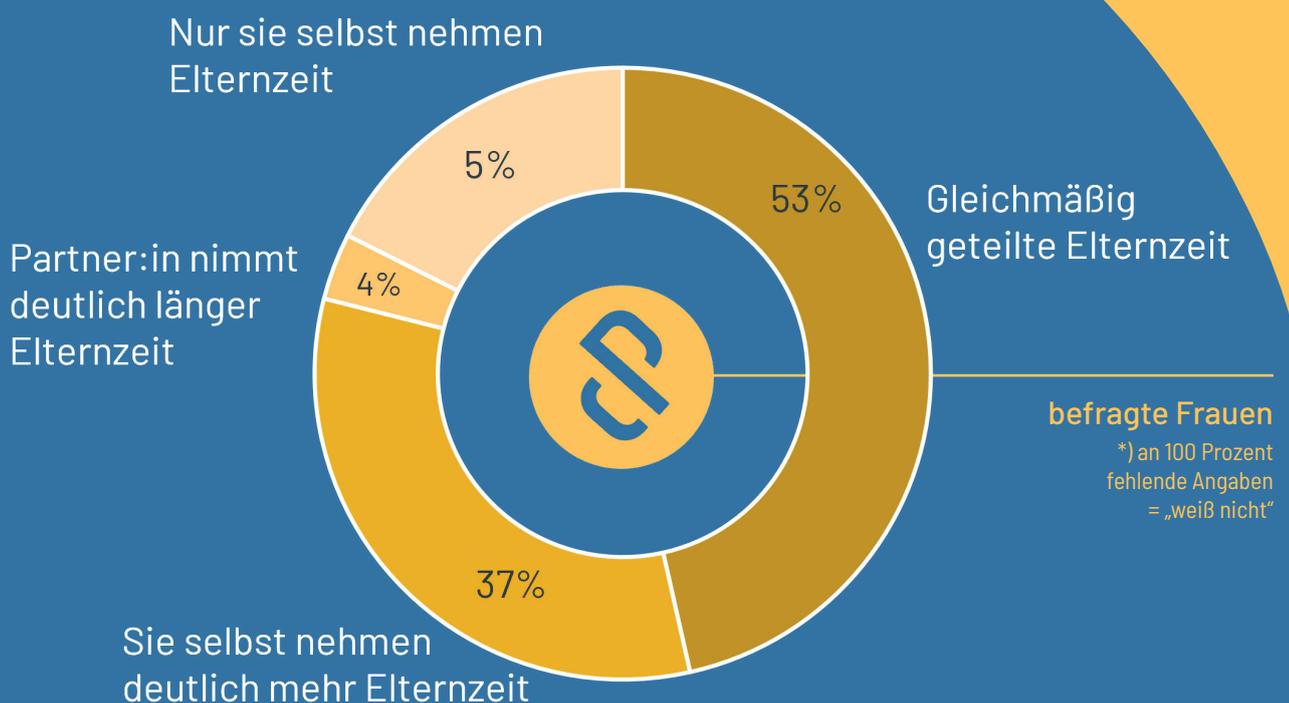
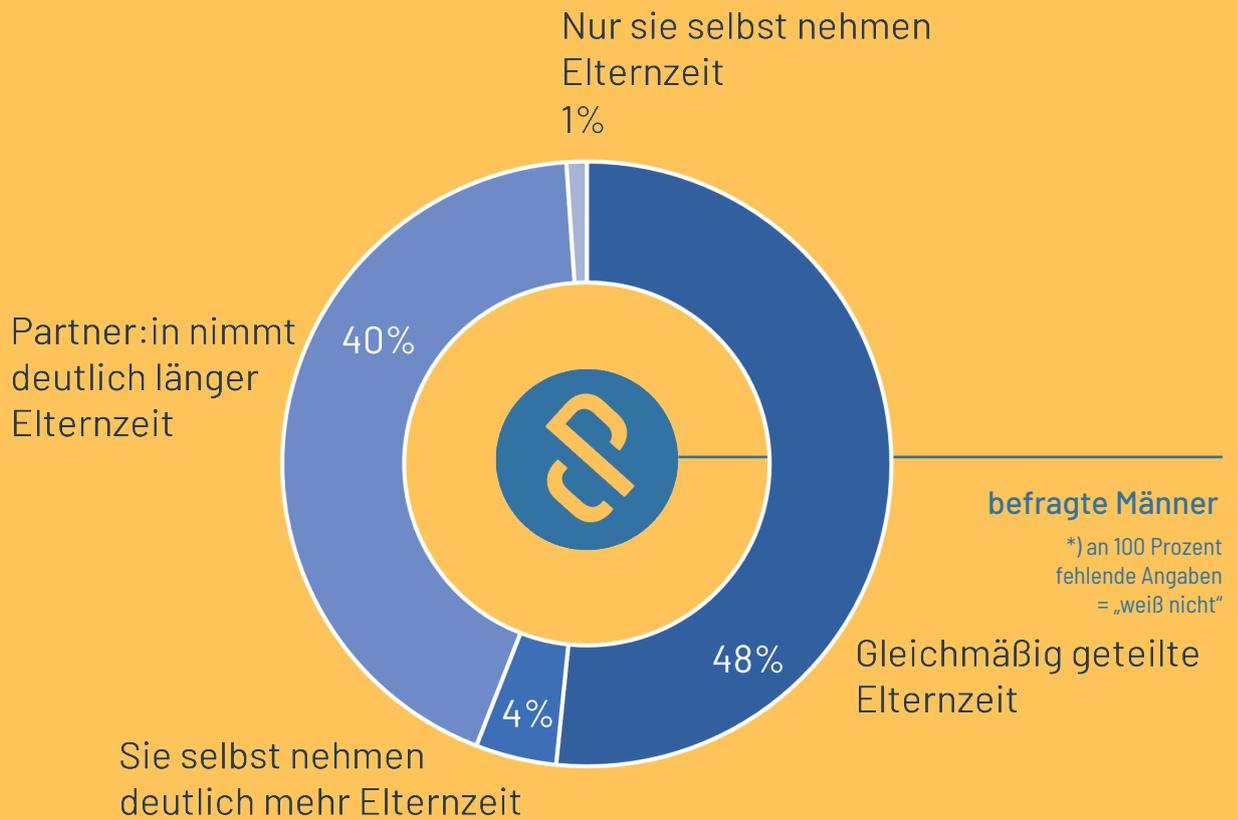
---

<sup>9</sup>Das Sozio-ökonomische Panel ist eine repräsentative Wiederholungsbefragung von Privathaushalten in Deutschland. Die Befragung wird im jährlichen Rhythmus seit 1984 immer bei denselben Personen und Familien durchgeführt.

# Welchen Umfang der Berufstätigkeit empfinden Sie persönlich für Mütter/Väter in den ersten drei Lebensjahren der Kinder als optimal?



# Wenn Sie es sich aussuchen könnten, wie würden Sie am liebsten die Elternzeit in der Partnerschaft aufteilen?



## Partnerschaftlich aufgeteilte Elternzeit wird selbstverständlich.

2017 hatte das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) zum Jahr der „Partnerschaftlichkeit“ ausgerufen. 2021 sind sich die Eltern von morgen einig: Elternzeit ist für beide da, doch natürlich brauchen die Eltern von morgen nicht nur gute Rahmenbedingungen im Unternehmen, sondern auch die passenden politischen Leitplanken, um ihre Wünsche umzusetzen.

Seit Einführung der Partnermonate im Jahr 2007 ist der Prozentsatz der Väter in Elternzeit bereits deutlich gestiegen – von 5 Prozent im Jahr 2006 auf 25 Prozent im Jahr 2020<sup>10</sup>. Wobei die meisten Väter nach wie vor nicht mehr als die üblichen zwei Partnermonate in Anspruch nehmen. Schon 2015 wären 70 Prozent der Väter in der von uns unter 1.000 Elternzeitväter durchgeführten Commerzbank-Studie gerne länger als zwei Monate in Elternzeit gegangen.<sup>11</sup> Das Ergebnis unserer zweiten Trendstudie zeigt nun einen Anstieg um nochmals 26 Prozent auf 96 Prozent. Die große Mehrheit (48 Prozent) der Väter will sich darüber hinaus die Elternzeit sogar gleichmäßig mit ihren Partner:innen aufteilen. Sie liegen damit gleichauf mit den befragten zukünftigen Müttern. 53 Prozent der Frauen haben auf die Frage, wie sie am liebsten die Elternzeit in der Partnerschaft aufteilen würden, geantwortet, dass sie sich eine gleichmäßig geteilte Elternzeit wünschten. Diese Aussage deckt sich mit den Antworten auf unsere Frage nach der optimalen Länge der Elternzeit. Lediglich 13 Prozent sind noch der Meinung, dass zwei Monate Elternzeit ausreichen. Die große Mehrheit (34 Prozent) will bis zu sechs Monate beantragen. Väter befürchten, dass die Elternzeit ihrer Karriere schadet.

---

<sup>10</sup>Statista: <https://de.statista.com/info-grafik/24835/anteil-der-vaeter-in-deutschland-die-elterngeld-beziehen/>

<sup>11</sup>[https://www.commerzbank.de/media/nachhaltigkeit/vi\\_mitarbeiter/151020\\_Vaeterstudie\\_final.pdf](https://www.commerzbank.de/media/nachhaltigkeit/vi_mitarbeiter/151020_Vaeterstudie_final.pdf)

# TRENDSTUDIE FAZIT

Die aufgezeigten Ergebnisse unserer zweiten Trendstudie sowie die Befunde zu Kinderbetreuung und Flexibilisierung der Arbeit zeigen deutlich: Das Thema Partnerschaftlichkeit und somit die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auch für Väter ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Für die Arbeitgebenden bedeutet dies, dass sie nicht mehr nur den gesetzlichen Rahmen für eine bessere Vereinbarkeit einhalten, sondern den zukünftigen Eltern auch konkrete eigene Angebote machen sollten. Noch deutlicher sollten sie zukünftig aufzeigen, wie sie junge Arbeitnehmer:innen dabei unterstützen können, ihre Wünsche umzusetzen, und wie diese Hilfestellung konkret aussehen wird. Vätern muss in den Unternehmen die Angst vor Karriereeinbußen genommen werden. Eine Unterstützung, die sich im Übrigen auch für die Arbeitgebenden rechnet, denn nach wie vor gilt: Familienbewusste Unternehmen haben unter anderem eine geringere Fluktuation (siehe These 1) und eine höhere Produktivität<sup>12</sup>. Gleichzeitig wächst der Druck auf die Unternehmen hinsichtlich Chancengleichheit. Familienbewusstsein fördert diese und die Arbeitgebenden gewinnen zusätzlich an Arbeitgeberattraktivität.

Der Politik zeigen unsere Ergebnisse: Die Mehrheit der zukünftigen Eltern wollen sich Beruf und Familie gleichgestellt teilen. Sie wollen eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Das traditionelle Familienbild und damit das Ehegattensplitting hat ausgedient. Das Modell der Zukunft heißt: Familiensplitting. Entsprechend sollte das Elternzeitgesetz weiter reformiert und in einem nächsten Schritt eine paritätische Aufteilung der Elternzeit in den Fokus genommen werden.

---

<sup>12</sup>Statista: <https://de.statista.com/infografik/24835/anteil-der-vaeter-in-deutschland-die-elterngeld-beziehen/>

<sup>11</sup><https://www.presseportal.de/pm/84022/4530827>

# QUELLEN VERZEICHNIS

\_Institut für Demoskopie Allensbach; (2021); Elternzeit, Elterngeld und Partnerschaftlichkeit; [https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/IfD/sonstige\\_pdfs/8251\\_Bericht\\_Elternzeit\\_final.pdf](https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/IfD/sonstige_pdfs/8251_Bericht_Elternzeit_final.pdf); Institut für Demoskopie Allensbach

\_Rengers Dr. M, Bringmann J., Holst Dr. E.; (2017); Arbeitszeit und Arbeitszeitwünsche: Unterschiede zwischen Mikrozensus und SOEP; [https://www.destatis.de/DE/Methoden/WISTA-Wirtschaft-und-Statistik/2017/04/arbeitszeiten-arbeitszeitwuensche-042017.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Methoden/WISTA-Wirtschaft-und-Statistik/2017/04/arbeitszeiten-arbeitszeitwuensche-042017.pdf?__blob=publicationFile); Statistisches Bundesamt

\_Suhr F.; (2021); Mehr Männer nehmen Elternzeit - zumindest kurz; <https://de.statista.com/infografik/24835/anteil-der-vaeter-in-deutschland-die-elterngeld-beziehen/>; statista

\_Topping A.; (2020); Pandemie könnte zu tiefgreifender Verschiebung der Elternrollen führen, sagen Experten; <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/nov/19/pandemic-could-lead-to-most-profound-shift-in-parenting-roles-since-wii-say-experts-coronavirus>; the Guardian

\_Trendstudie „Moderne Väter„ (2013) - Väter gGmbH [https://vaeternetzwerk.info/wp-content/uploads/2021/06/130124\\_Trendstudie\\_Einzelseiten\\_FINAL.pdf](https://vaeternetzwerk.info/wp-content/uploads/2021/06/130124_Trendstudie_Einzelseiten_FINAL.pdf)

\_Waffenschmidt Dr. B.; (2021); Studie zur Generation Y: Vereinbarkeit - die neue Währung für soziale Nachhaltigkeit; <https://beruf-und-familie.blogspot.com/2021/10/StudieCampusMUnivMuen-GenYNachhaltigkeit.html>; berufundfamilie

\_Wagner A.; (2011); Neue Väter-Studie: Wunsch und Wirklichkeit klaffen auseinander; <https://www.presseportal.de/pm/17951/2096416>; Gruner+Jahr AG & CO KG

## Bilderverzeichnis

Cover:

Mali Maeder - <https://www.pexels.com/de-de/foto/landschaft-natur-mann-paar-1483024/>

Seite 02:

Nate Johnston 2020 - <https://unsplash.com/photos/UpVbQxDG03I>

Seite 03:

Maya Meiners  
(internes Foto von Volker Baisch)

---

Die Trendstudie wurde vom Väternetzwerk conpadres beauftragt und von Forsa durchgeführt.

## Impressum

---

**Väter PAL gGmbH**  
Langbehnstraße 10  
22761 Hamburg

Tel 040 88168924  
Mail [info@conpadres.de](mailto:info@conpadres.de)  
Web [conpadres.de](http://conpadres.de)

Geschäftsführer:  
**Volker Baisch**  
HRB 114195  
USt-idNr. DE277701314

Durchführung der Studie:  
**forsa**  
Gesellschaft für Sozialforschung  
und statistische Analysen mbH  
[forsa.de](http://forsa.de)

