

Fertility Gap in der Schweiz – was können Arbeitgeber tun, Herr Schick?

Bei einer Umfrage unter den Paaren des Kinderwunschzentrums Baden stellten wir fest, dass 70% der berufstätigen Frauen Probleme hatten, die Termine in unseren Sprechstunden mit ihrem Arbeitsplatz zu vereinbaren, 20% der Frauen gaben die aktuelle Arbeitsstelle auf oder nahmen sich eine Auszeit. Wir haben dies zum Anlass genommen, mit Unternehmen in unserem Einzugsgebiet Kontakt aufzunehmen (Abb. 1), um diese für die Problematik zu sensibilisieren und zu motivieren, das Problem proaktiv anzugehen.

Die Firma Merck hat als erstes Unternehmen in der Schweiz sogenannte Fertility Benefits für ihre Mitarbeitenden eingeführt. Darüber hinaus setzt sie sich für eine verbesserte reproduktive Gesundheit in der Schweiz ein und hat – mitunter – gemeinsam mit anderen Partnern die Initiative „Family Forward“ lanciert. Im Dialog mit Florian Schick, bis vor Kurzem Präsident Merck Switzerland – und heute Geschäftsführer der Merck Healthcare Germany GmbH – wollten wir über den „Fertility Gap“ in der Schweiz sprechen.



Abb. 1. Flyer Kinderwunschzentrum Baden

#Kinderwunsch #Fertility #Benefit #Personalbindung #Personalgewinnung

In der Tätigkeit mit unseren PatientInnen stellen wir regelmässig fest: Kinderwunsch und Arbeit sind schwer zu vereinbaren.

Rund 70 % unserer PatientInnen teilen uns im Gespräch mit, dass sie erhebliche Probleme mit der Terminfindung haben. Dies hat zur Folge, dass rund 20 % während der laufenden Therapie die aktuelle Arbeitsstelle aufgeben oder eine längere Auszeit nehmen, um sich der Kinderwunschtherapie zu widmen.

Eine klassische Therapie bringt zahlreiche und teilweise engmaschige Arztbesuche mit sich. Diese sind aufgrund des weiblichen Zyklus nur kurzfristig planbar. Das Fehlen am Arbeitsplatz ist für PatientInnen schwierig zu begründen. Der daraus folgende Entscheid, eine längere Auszeit zu nehmen, ist weder für Arbeitgebende noch für Arbeitnehmende von Vorteil.

Als Vergleich hat die USA zur Mitarbeitergewinnung und Bindung, ihre Fringe Benefits um Fertility Benefits erweitert. Im Jahr 2020 boten mehr als 42 % der grössten Arbeitgeber (z.B. JP Morgan, CNBC, Starbucks etc.) eine Kostenübernahme für IVF-Behandlung an, während fast ein Fünftel das Einfrieren von Eizellen finanziell unterstützten.

Eine offene Kommunikation ist sowohl für Arbeitnehmende wie Arbeitgebende auf lange Sicht nur von Vorteil.

Wir als Kinderwunschzentrum möchten in erster Linie aufklären und Pionierarbeit in der Schweiz für Unternehmen aus der Region Baden leisten. Gerne stellen wir uns für eine Informationsveranstaltung in Ihrer Firma zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

KINDERWUNSCHZENTRUM BADEN
Täfernhof
Mellingnerstrasse 207
5405 Baden-Dättwil

kinderwunschbaden.ch
kinderwunschbaden@hin.ch
056 500 11 11





Florian Schick ist ein Global Executive im Gesundheitswesen mit umfassender Erfahrung in der Leitung komplexer globaler und lokaler Organisationen sowie in der Talententwicklung. Während seiner Karriere hat

Florian in sieben Ländern gelebt, darunter die Vereinigten Staaten, Spanien und Mexiko.

Seine berufliche Laufbahn begann Florian bei McKinsey, gefolgt von einer Tätigkeit bei Pfizer. Vor über zehn Jahren trat er dem Wissenschafts- und Technologieunternehmen Merck bei, wo er verschiedene Führungspositionen bekleidete, darunter als Direktor der Neurologie-Geschäftseinheit in Deutschland, als Vizepräsident und globaler Leiter des Multiple-Sklerose-Markenteams in Boston sowie als Leiter des CEO-Büros im Gesundheitswesen, wo er auch Mitglied des Exekutivausschusses für Merck Healthcare war. Im Jahr 2022 wurde er zum General Manager und Präsidenten von Merck Schweiz ernannt, wo über 2600 Kolleginnen und Kollegen an neun Standorten tätig sind. Seit November 2025 ist er Geschäftsführer der Merck Healthcare Germany GmbH.

Florian hat Allgemeine Betriebswirtschaft und Supply Chain Management in Deutschland, Spanien (Universidad de Zaragoza), Mexiko (ITESM) und den USA (MIT) studiert.

Lena Feusi, Klinikmanagerin Kinderwunschzentrum Baden, Prof. med. Michael K. Hohl für Frauenheilkunde aktuell: *Florian Schick, können Sie uns schildern, wie es überhaupt zur Entscheidung kam, Fertility Benefits für Ihre Mitarbeitenden anzubieten?*

Florian Schick: Die Idee kam ursprünglich von unseren Mitarbeitenden, genauer gesagt aus einer unserer sogenannten „Employee Resource Groups“ – freiwillige, mitarbeitergeführte Gruppen, die an der kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Gleichstellung arbeiten. Im Kontext von Überlegungen zu Familienplanung und Vereinbarkeit von Familie und Beruf kam dieser Vorschlag an das Management auf.

Der Trend kam ursprünglich aus den USA, wo Tech-Giganten wie Apple solche Benefits einführten. Merck – Pionierin im Bereich Unfruchtbarkeitsbehandlungen – ist eine der ersten Firmen aus und in der Schweiz, die Fertility Benefits anbieten. Nach rund zwei Jahren können wir das positive Fazit ziehen, dass die Mitarbeitenden die Leistungen beanspruchen und sie die Benefits sehr schätzen.

Wir sind der Meinung, dass Arbeitgeber eine wichtige Rolle spielen, ihre Mitarbeitenden bei der Familienplanung – wie auch in wichtigen anderen Phasen des Lebens – zu unterstützen. Durch das Setzen solcher Zeichen sorgen wir für dafür, dass Mitarbeitende am

Arbeitsplatz sie selbst sein können, und positionieren uns auch als progressive Arbeitgeberin. Die Fertility Benefits sind jedoch nur ein Paket von vielen. Wir pflegen generell eine starke Fürsorgekultur innerhalb des Unternehmens.

Wie sieht das Angebot konkret aus – welche Leistungen werden finanziell unterstützt?

Das Angebot ist sehr breit und umfasst von der Testung über Beratungsgespräche bis hin zu Behandlungen das gesamte Spektrum. Der gesamte Prozess ist komplett anonym. Die Mitarbeitenden können Leistungen in einer Klinik oder Praxis ihrer Wahl beziehen und die Rechnung einreichen – ohne Vorgaben und ohne Bedingungen. Dies gilt übrigens ab Tag 1 bei Stellenantritt und nicht nur für die Mitarbeitenden, sondern auch für deren Partner:innen.

Wie wurde das Angebot intern kommuniziert und aufgenommen?

Das Angebot wurde zu Beginn 2024 initiiert und schrittweise über alle Länder ausgerollt, in denen Merck vertreten ist – die Schweiz war eines der ersten. Die Zahlen zeigen, dass die Leistungen beansprucht werden. Die Mitarbeitenden lieben es und sind sehr dankbar. Dass die globale Geschäftsleitung mit gutem Beispiel voranging und Offenheit zeigte, hat intern eine klare Signalwirkung gezeigt.

Wie viele Mitarbeitende haben das Angebot bisher genutzt? Was waren die Rückmeldungen?

Weltweit wird das Angebot rege genutzt, wonach über 2500 Anträge eingingen. Hier in der Schweiz, wo wir ca. 2600 Mitarbeitende beschäftigen, sind bislang über 150 Anträge übernommen worden.

Gab es auch kritische Stimmen oder Diskussionen im Team? Wenn ja, wie sind Sie damit umgegangen?

In der Tat wurden wir teils kritisiert, zumal gerügt wurde, dass sich Arbeitgeber in private Angelegenheiten einmischen. Zudem wurde auch kritisiert, dass dadurch ein Zeichen gesetzt wird, um die Familienplanung der Karriere unterzustellen. Diese möglichen Risiken haben wir bereits in der Konzeption des Benefits berücksichtigt und auf Inklusivität, Anonymität und Freiwilligkeit gepocht. Wir wollen eine offene Kultur schaffen, das Thema Kinderwunsch enttabuisieren und unsere Mitarbeitenden sensibilisieren und finanziell unterstützen.

Haben Sie Veränderungen in der Unternehmenskultur wahrgenommen, seit das Angebot besteht?

Die offene Kommunikation trägt zu einer weitreichenden Sensibilisierung zur Thematik bei. Gemäss einer Umfrage „Young Generation Survey“ sind über die Hälfte der Befragten von der GenZ/Millennials zu wenig über das Thema Fertilität und Faktoren, welche die Infertilität beeinflussen, informiert. Wir wollen aktiv dazu beitragen, diese Stigmatisierung zu brechen und die Bevölkerung zu sensibilisieren. Aus diesem Grund hat Merck, gemeinsam mit anderen Partnern, die Initiative „Family Forward“ ins Leben gerufen. Diese hat zum Ziel, Bewusstsein zu schaffen, Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern und auf systemische Verbesserungsmöglichkeiten hinzuweisen.

Weitere Informationen zu unserer Initiative finden Sie unter <https://familyforward.ch/de/> sowie unter folgendem QR Code:



Haben Sie Resonanz von BewerberInnen oder externen Partnern erhalten?

Wir haben diverse Anfragen für Austauschgespräche erhalten, wonach andere Unternehmen Interesse an der Umsetzung und Wirkung solcher Benefits haben. Wir sind der Überzeugung, dass sich dieser Trend durchsetzen wird und weitere Unternehmen Fertility Benefits für ihre Mitarbeitenden einführen werden.

Würden Sie sagen, dass sich Ihr Arbeitgeberimage durch das Angebot verändert hat?

Es hat sicherlich dazu beigetragen, unsere Marke extern zu stärken. Wir haben zahlreiche Interviews im TV, Radio und Zeitungen gegeben. Das Thema trifft einen gesellschaftlichen Nerv und die Resonanz ist gross. Dass sich dies auf unser Image ausgewirkt hat, ist ein positiver Nebeneffekt unserer eigentlichen Vision: dazu beizutragen, die reproduktive Gesundheit in der Schweiz zu verbessern.

Wie reagieren Mitbewerber, Stakeholder?

Ein Artikel in der NZZ vom 23. Mai hat gezeigt, dass dieser Trend auch in der Schweiz an Bedeutung gewinnt. Grössere Unternehmen prüfen bereits, Benefits, Beratungs- sowie Unterstützungsangebote einzuführen.

Was würden Sie sich von anderen Arbeitgebern wünschen, um das Thema Fertilität/Infertilität gesellschaftlich zu stärken?

Erkennen Sie den Kinderwunsch Ihrer Mitarbeitenden an, scheuen Sie sich nicht, das Thema aktiv anzugehen, und setzen Sie auch kleine Schritte in Bewegung, um positive Veränderungen zu bewirken. Dazu zählt auch, eine offene Kultur zu pflegen und zu unterstützen.

Welche Learnings würden Sie einem KMU mit etwa 200 Mitarbeitenden aus der Industrie mitgeben, das über ein ähnliches Angebot nachdenkt?

Kinderwunsch und Familienangelegenheiten am Arbeitsplatz sind Herausforderungen, mit denen Unternehmen jeder Grösse konfrontiert sind. Die entscheidende Frage ist, wie man damit umgeht. Wir plädieren für einen proaktiven und offenen Ansatz, der sich auszahlt: motivierte Mitarbeitende, die tendenziell loyaler sind und ein positives Bild ihres Arbeitgebers in ihrem sozialen Umfeld zeichnen. Es gibt zwar keine universellen Lösungen, doch jedes Unternehmen kann Massnahmen ergreifen, um diesen Themen gerecht zu werden.

Gibt es etwas, das Sie rückblickend anders machen würden?

Ja, die Fertility Benefits früher eingeführt zu haben (lacht).

Daneben gibt es ja heute das umfassende Projekt „Family Forward“, das Merck massgeblich unterstützt und begleitet.

Eine wunderbare Geschichte! Wir freuen uns, dass sich bereits einige Partner angeschlossen haben.

Welches Potenzial hat dieses auf längere Zeit angelegte Projekt und was sind hier die weiteren Schritte?

Der Fokus der Initiative ist bewusst relativ breit, weil die Probleme umfassend und vielschichtig sind. In Zusammenarbeit mit der Universität St. Gallen (HSG) haben wir zum Thema „Hätte ich nur Bescheid gewusst – Familienplanung und Fertilität in der Schweiz“ (verfügbar in ENG/DEU/FRA) ein White Paper erarbeitet. In diesem wird eine systematische Erfassung der Hürden und Barrieren zum Thema in der Schweiz dargelegt, aber auch offen über „misconceptions“ gesprochen und es werden konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Wir sind der Überzeugung, dass wir mit der Family Forward-Initiative einen wesentlichen Beitrag leisten können, um den sogenannten „Fertility Gap“ zu schliessen. Dabei arbeiten wir auch mit anderen Partnern und Netzwerken zusammen, um die Reichweite zu erhöhen. Das White Paper finden Sie übrigens unter den folgenden QR Code in drei Sprachversionen.



English



Deutsch



Français