

BUNDESKANZLERAMT ■ ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIN
FÜR FRAUEN UND ÖFFENTLICHEN DIENST

An die
Präsidentin des Nationalrats
Mag^a Barbara PRAMMER
Parlament
1017 W i e n

GZ: BKA-353.290/0138-I/4/2010

GABRIELE HEINISCH-HOSEK

XXIV. GP.-NR
6813 /AB
19. Jan. 2011

Wien, am 18. Jänner 2010

zu 6976 /J

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Schenk, Kolleginnen und Kollegen haben am 19. November 2010 unter der **Nr. 6976/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Echte Männer gehen in Karenz“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 und 2:

- *Für welchen Zeitraum ist die Kampagne „Echte Männer gehen in Karenz“ anberaumt?*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten dieser Kampagne, wie hoch davon der Anteil Ihres Resorts?*

Starttermin der Kampagne war der 11. November 2010. Der überwiegende Teil der Inserate wurde bis Weihnachten geschaltet. Darüber hinaus werden einzelne Maßnahmen, wie etwa die Informationsoffensive für die Privatwirtschaft in Kooperation mit dem abz*austria, gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, den Sozialpartnern und der Industriellenvereinigung auch im Jahr 2011 weiterlaufen.

In meinem Budget ist ein Betrag von rd. € 646.000,-- für die Kampagne eingeplant. Bis zum Zeitpunkt des Einlanges der Anfrage ist davon ein Betrag in Höhe von € 1.436,-- zur Anweisung gekommen.

Zu Frage 3

- *Wer wurde mit der Erstellung der Homepage beauftragt, wie hoch waren die Kosten hierfür?*

Der Webauftritt wurde vom Personal des Bundeskanzleramtes erstellt. Es fielen dafür keine externen Kosten an.

Zu Frage 4:

- *Gab es eine Ausschreibung der Kampagne, wer bekam den Zuschlag? Wenn nein, warum nicht?*

Für die Organisation und Durchführung der Kampagne wurden mehrere Auftragsvergaben durchgeführt und mehrere Angebote eingeholt. Die Auftragsvergaben erfolgten im Wege von Direktvergaben (gemäß § 41 Abs. Z 1 BVerG 2006 und § 2 der Schwellenwertverordnung 2009).

Zu den Fragen 5 und 6:

- *In welchen Zeitschriften und Magazinen wird bzw. wurde die Kampagne beworben, wie hoch waren die jeweiligen Kosten hierfür? (Bitte um separate Auflistung pro Magazin).*
- *Wurde die Kampagne im Radio und Fernsehen beworben? Wenn ja, wann und wo und mit welchen Kosten? (Bitte um separate Auflistung pro Medium nach Datum und Angabe der Kosten).*

Neben den Inseratschaltungen in Tageszeitungen wird die Kampagne in nachfolgenden Zeitschriften und Magazinen beworben:

	Euro
BIBER	1.623
NEWS	21.463
GANZE WOCHE	5.192
PROFIL	4.078
MADONNA	5.148
WOMAN	20.980
WIENERIN	3.483
AUF- EINE FRAUENZEITSCHRIFT	498
FRAUENSOLIDARITÄT	371

an. schläge	422
Männermagazin der Katholischen Männerbewegung YPSILON 6/2010	945
TICKET Magazin	2.335

Die Schaltungen beim ORF sowie die Filmproduktion haben im Zeitraum vom 15. bis 30. November 2010 stattgefunden. Von dem dafür vorgesehenen Betrag von € 74.820,-- sind bis zum Stichtag des Einlanges der Anfrage keine Kosten zur Anweisung gekommen.

Zu den Fragen 7 und 8:

- *Wie viele Folder und Plakate wurden angefertigt und wie hoch waren die Kosten hierfür?*
- *Wie viele Folder und Plakate wurden bis dato (per Einlangen dieser Anfrage) seitens der Bevölkerung bestellt?*

Für die Kampagne wurden 4.500 Folder und 2.710 Plakate angefertigt. Dafür wurde ein Betrag von € 1.934,-- aufgewendet.

Bis zum Stichtag 19. November 2010 wurden rund 2.300 Folder und 2.100 Plakate versendet. Die Bestellung der Materialien läuft aber über den Stichtag hinaus vielversprechend.

Zu Frage 9:

- *Sind neben der Informations-Offensive am 22. November 2010 weitere Veranstaltungen geplant?*

2010 wurde der Verein abz*Austria, Verein zur Förderung von Arbeit, Bildung und Zukunft von Frauen, Wien, in Höhe von € 50.000,-- für das Projekt „Väterkarenz – Zeitgemäße Vereinbarkeitslösungen für Unternehmen in Österreich“ unterstützt. Das Projekt wird neben meinem Ressort auch vom Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, allen Sozialpartnern und der Industriellenvereinigung getragen.

Das Angebot richtet sich mit Workshops und begleitenden Maßnahmen schwerpunktmäßig an Klein- und Mittelbetriebe, da sich in diesem Segment die größten Herausforderungen bezüglich des Karenzmanagements allgemein und den spezifi-

schen Rahmenbedingungen von Väterkarenz stellen.

In den ganztägigen Workshops werden grundsätzliche Informationen zur rechtlichen Situation und den allgemeinen Rahmenbedingungen vermittelt und auf Instrumente des aktiven Karenz-Managements, insbesondere für Väter, eingegangen. Dabei werden auch regionale Spezifika der Unternehmensstandorte berücksichtigt. Planungsmodelle zu Karenzmanagement inklusive Wiedereinstieg sollen den EntscheidungsträgerInnen konkrete Anhaltspunkte für die betriebliche Umsetzung bieten.

Zu Frage 10:

- *Von wem wurde die Studie „Zeitverwendung 2008/2009. Ein Überblick über geschlechterspezifische Unterschiede“ in Auftrag gegeben, von wem wurde sie erstellt und wie hoch waren die Kosten hierfür?*

Die dritte Zeitverwendungserhebung wurde von der Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst in Auftrag gegeben und von der Statistik Austria durchgeführt. Die Gesamtkosten betrugen € 199.181,00. Im Übrigen verweise ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 6456/J.

Zu den Fragen 11 und 12:

- *Wie begründen Sie die Aussage, dass Väter-Karenz gut für Frauen ist?*
- *Welche Maßnahmen werden Sie setzen, um Frauen den Wiedereinstieg in den Beruf nach der Geburt eines Kindes zu erleichtern?*

Die Erhöhung der Chancen am Arbeitsmarkt und Beseitigung von Barrieren für die Erwerbsbeteiligung von Frauen stellt ein zentrales Handlungsfeld des Nationalen Aktionsplans zur Gleichstellung von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt (NAP) dar. Im NAP Gleichstellung sind dazu Maßnahmen beschrieben, die u.a. zur Qualifizierung von Frauen und besseren Vereinbarkeit von Beruf und Versorgungspflichten dienen, sowie bessere Rahmenbedingungen und Chancen für Frauen beim Wiedereinstieg in den Beruf schaffen sollen. Eine dieser Maßnahmen, die auch von allen Sozialpartnern und der Industriellenvereinigung unterstützt wird, ist die verstärkte Inanspruchnahme von Väterkarenz, die Mütter beim Wiedereinstieg in das Berufsleben unterstützt.

Hierfür wird das gemeinsame Projekt „Väterkarenz – Zeitgemäße Vereinbarkeitslösungen für Unternehmen in Österreich“ einen wichtigen Beitrag leisten.

Darüber hinaus ist die Entwicklung von Modellen zum Einbezug von Vätern unmittelbar nach der Geburt Teil des Regierungsprogramms. Zu klären gilt es, welche finanziellen Auswirkungen damit verbunden sind und in welcher Form ein sogenannter „Papamonat“ umgesetzt werden kann. Gespräche zwischen den zuständigen Ressorts und den Sozialpartnern werden nun wieder aufgenommen.

Im Bundesdienst gibt es seit 1. Jänner 2011 bereits einen Rechtsanspruch auf einen unbezahlten Papamonat für die Bediensteten im Öffentlichen Dienst.

Mit dem einkommensabhängigen Kinderbetreuungsgeld wurde auch ein starker Anreiz zur partnerschaftlichen Teilung der Versorgungsarbeit und vermehrten Einbeziehung der Väter geschaffen. Damit wird für Frauen der Wiedereinstieg in den Beruf erleichtert.

Eine sehr wichtige Rolle spielen auch die arbeitsmarktpolitischen Programme des AMS. Besonders hervorheben möchte ich "Wiedereinstieg mit Zukunft", ein speziell für Frauen konzipiertes Programm, das - neben Modulen der Neuorientierung - einen Weiterbildungsplan und ein Coaching während des Bewerbungsprozesses umfasst.

Empirische Studien zeigen, dass ein quantitativ ausreichendes und qualitativ hochwertiges Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen die Beschäftigung sowie den Einkommens- und Karriereverlauf von Frauen fördert. Für den Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen, vor allem für unter 3-Jährige, wurden den Ländern vom Bund in den Jahren 2008 bis 2010 insgesamt 45 Mio. Euro zur Verfügung gestellt. Dadurch ist es gelungen, dass seit 2008 rund 17.000 Kinder mehr in einer Kinderbetreuungseinrichtung untergebracht sind und darüber hinaus 6.000 Personen mehr in der Kinderbetreuung tätig sind. Ich werde mich daher dafür einsetzen, den flächendeckenden Ausbau von leistbaren und hochprofessionellen Kinderbetreuungseinrichtungen fortzusetzen.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Gottfried Hainz-Horel". The signature is fluid and cursive, with "Gottfried" on the top line, "Hainz" on the middle line, and "Horel" on the bottom line.