

XXIV. GP.-NR

13082 /J

16. Nov. 2012

ANFRAGE

der Abgeordneten Schenk, Ursula Haubner
und Kollegen
an die Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst
betreffend „Echte Männer gehen in Karenz“

Bundesministerin Heirisch-Hosek bereichert derzeit die Medienlandschaft mit einer Neuauflage der Kampagne „Echte Männer gehen in Karenz“. Die Botschaft ist einfach: „Mehr Väter in Karenz, das ist gut für die Väter, das ist gut für die Kinder, und es ist gut für die Frauen.“ Ziel ist es den - nach wie vor - bescheidenen Prozentsatz aller Karenz-Väter deutlich zu heben.

Trotz der prinzipiellen Unterstützbarkeit des der Kampagne zugrundeliegenden Gedankens, muss jedoch die Wirksamkeit dieser Kampagne in Zweifel gezogen werden. Vergleicht man die von Ihnen selbst im Rahmen von Pressekonferenzen vorgelegten Prozentsätze des Männeranteils bei den Kindergeldbezieher - 2010 4,5% (APA0255 vom 11. November 2010), 2012 knapp 5 % (APA0183 vom 12. November 2012) - so liegt der Schluss nahe, dass ebendiese ihr Ziel verfehlt.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an die Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst folgende

ANFRAGE:

1. Für welchen Zeitraum ist die Neuauflage der Kampagne „Echte Männer gehen in Karenz“ anberaumt?
2. Wie hoch sind die Gesamtkosten dieser Kampagne, wie hoch davon der Anteil Ihres Ressorts?
3. In welchen Zeitschriften und Magazinen wird bzw. wurde die Kampagne beworben, wie hoch sind die jeweiligen Kosten hierfür? (Bitte um separate Auflistung pro Magazin).
4. Wird 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).
5. Wie viele Folder und Plakate werden angefertigt und wie hoch sind die Kosten hierfür?
6. Wie viele Folder und Plakate wurden bis dato (per Einlangen dieser Anfrage) seitens der Bevölkerung bestellt?
7. Wurde eine Evaluierung der Wirksamkeit der Kampagne durchgeführt? Wenn nein, warum nicht?

