
6976/J XXIV. GP

Eingelangt am 19.11.2010

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ANFRAGE

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

Bundesministerin Heinisch-Hosek bereichert derzeit die Medienlandschaft mit 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 momentan bescheidenen Prozentsatz von 5% aller Karenz-Väter deutlich zu heben. Unterstützung holt sich die Bundesministerin vom Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, den Sozialpartnern und der Industriellenvereinigung. Gemeinsam sollen in einer eintägigen Informations-Offensive Unternehmen „mit an Bord“ geholt werden. Auf einer eigens für die Kampagne kreierte Homepage (www.maennerinkarenz.at) kann man Folder und Plakate mit spezifischen Sujets bestellen, ferner werden Karenz-Väter dazu aufgerufen, sich an der Kampagne zu beteiligen, indem sie private Fotos zur Verfügung stellen und „ihre Geschichte erzählen.“

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

ANFRAGE:

1. Für welchen Zeitraum ist die Kampagne „Echte Männer gehen in Karenz“ anberaumt?
2. Wie hoch waren die Gesamtkosten dieser Kampagne, wie hoch davon der Anteil Ihres Ressorts?
3. Wer wurde mit der Erstellung der Homepage beauftragt, wie hoch waren die Kosten hierfür?
4. Gab es eine Ausschreibung der Kampagne, wer bekam den Zuschlag? Wenn nein, warum nicht?
5. In welchen Zeitschriften und Magazinen wird bzw. wurde die Kampagne beworben, wie hoch waren die jeweiligen Kosten hierfür? (Bitte um separate Auflistung pro Magazin).
6. 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).

7. Wie viele Folder und Plakate wurden angefertigt und wie hoch waren die Kosten hierfür?
8. Wie viele Folder und Plakate wurden bis dato (per Einlangen dieser Anfrage) seitens der Bevölkerung bestellt?
9. Sind neben der Informations-Offensive am 22. November 2011 weitere Veranstaltungen geplant?
10. Von wem wurde die Studie „Zeitverwendung 2008/09. Ein Überblick über geschlechterspezifische Unterschiede“ in Auftrag gegeben, von wem wurde sie erstellt und wie hoch waren die Kosten hierfür?
11. Wie begründen Sie die Aussage, dass Väter-Karenz gut für Frauen ist?
12. Welche Maßnahmen werden Sie setzen, um Frauen den Wiedereinstieg in den Beruf nach der Geburt eines Kindes zu erleichtern?