



An den Grossen Rat

14.5559.02

PD/P145559

Basel, 11. Februar 2015

Regierungsratsbeschluss vom 10. Februar 2015

Schriftliche Anfrage Joël Thüring betreffend Kampagne zur Teilzeitarbeit, obschon die Ziele in Basel-Stadt bereits erreicht sind

Das Büro des Grossen Rates hat die nachstehende Schriftliche Anfrage Joël Thüring dem Regierungsrat zur Beantwortung überwiesen:

„Einer Medienmitteilung des Präsidialdepartementes vom 04.11.2014 ist zu entnehmen, dass eine familienfreundliche Unternehmenspolitik ein Standortvorteil sein kann. Gemäss der Abteilung Gleichstellung werden die Vereinbarkeit von Beruf und Familie auch für männliche Arbeitnehmende immer mehr zum Thema. Teilzeitarbeit für Männer, Vaterschaftsurlaub, flexible Arbeitszeitmodelle und Home Office werden dabei immer wichtiger. Entsprechend setzen - so die Abteilung weiter - innovative und dynamische Unternehmen hier an und schaffen Rahmenbedingungen für die Männer von heute und morgen (Eigenaussage in der Medienmitteilung des PD).

Dem beigelegten Factsheet konnte entnommen werden, dass 22.5% der Männer in Basel Teilzeit arbeiten, was deutlich über dem nationalen Durchschnitt von 14% liegt (Statistik: BFS SAKE 2013). Im Kanton Basel-Stadt arbeiten zudem 37.9% der Erwerbstätigen Teilzeit, auch hier befindet sich Basel-Stadt über dem nationalen Durchschnitt (34.7 BFS SAKE 2013). Das gleiche Factsheet wurde auch schon bei der Kampagne „Männersache - Basler Männer arbeiten Teilzeit“ beigelegt.

Zweifelsohne ist die Förderung von Teilzeitarbeit ein wichtiger Bestandteil moderner Unternehmenspolitik und auch für männliche Angestellte nicht unwichtig. Die obgenannten Zahlen bestätigen jedoch, dass der Kanton Basel-Stadt keinen Nachholbedarf hat und entsprechend auch keine weiteren Interventionen des Staates notwendig sind (Stichwort "Wickelfisch"-Aktion im Sommer 2014).

Ich bitte daher den Regierungsrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Ist der Regierungsrat nicht auch der Ansicht, dass angesichts der überdurchschnittlich guten Quote an Teilzeitarbeitenden im Kanton Basel-Stadt weitergehende Interventionen und Werbekampagnen unnötig sind?
2. Weshalb lancierte der Regierungsrat die Kampagne "Männersache - Basler Männer arbeiten Teilzeit", obschon er wusste, dass in diesem Bereich keinerlei Nachholbedarf in Basel-Stadt festzustellen ist?
3. Verzichtet der Regierungsrat inskünftig auf diese Kampagnen, da nachweislich kein weiterer Interventionsbedarf vorhanden ist?
4. Die Wickelfisch-Kampagne kostete CHF 46'000. Kann der Regierungsrat zusätzlich auflisten, wie viele Arbeitsstunden durch die entsprechenden Mitarbeitenden der Verwaltung für die Umsetzung der Kampagne aufgewendet wurden und wie hoch der entsprechende Personalaufwand dafür (finanziell) war?

Joël Thüring

Wir beantworten diese schriftliche Anfrage wie folgt:

(1) Ist der Regierungsrat nicht auch der Ansicht, dass angesichts der überdurchschnittlich guten Quote an Teilzeitarbeitenden im Kanton Basel-Stadt weitergehende Interventionen und Werbekampagnen unnötig sind?

Die Kampagne „Männersache – Basler Männer arbeiten Teilzeit“ ist ein Sensibilisierungsprojekt, das aus einer Plakatkampagne, einer Podiumsdiskussion und einem Beratungsangebot des Männerbüros Basel besteht. Es handelt sich nicht um eine Intervention oder Werbekampagne.

Im Kanton Basel-Stadt arbeiten im Vergleich zum schweizweiten Durchschnitt und zu ländlichen Regionen viele Männer Teilzeit (2013: 22.5%). Dies weist auf einen gesellschaftlichen Wandel hin und widerspiegelt die Urbanität des Stadtkantons. Die Studie von Pro Familia zeigt aber, dass sich neun von zehn Männern (90%) eine Reduktion ihres Arbeitspensums wünschen. Die aktuelle Basler Familienbefragung 2013 bestätigt diese Ergebnisse. Mehr als 60% der Basler Väter wünschen sich ein Teilzeitpensum von maximal 80%. Effektiv arbeiten aber mehr als 80% der Basler Väter Vollzeit.¹

Der Auftrag der Abteilung Gleichstellung von Frauen und Männern des Kantons Basel-Stadt (GFM) ist es unter anderem, sicherzustellen, dass Männern und Frauen vielfältige Lebensentwürfe offen stehen. Zudem ist die Ausweitung der Vereinbarkeitsthematik auf Männer ein Aspekt von Familienfreundlichkeit und damit Teil der Massnahme zur Familienfreundlichkeit im regierungsrätlichen Legislaturplan. Das Thema Männer und Vereinbarkeit wird im 2015 nicht schwerpunktmässig behandelt, wird die GFM aber aus den obengenannten Gründen weiterhin beschäftigen.

(2) Weshalb lancierte der Regierungsrat die Kampagne „Männersache – Basler Männer arbeiten Teilzeit“, obschon er wusste, dass in diesem Bereich keinerlei Nachholbedarf in Basel-Stadt festzustellen ist?

Es besteht durchaus Handlungsbedarf, weil Männer bei einer Arbeitszeitreduktion mit vielen Widerständen konfrontiert werden.

(3) Verzichtet der Regierungsrat inskünftig auf diese Kampagnen, da nachweislich kein weiterer Interventionsbedarf vorhanden ist?

Im regierungsrätlichen Legislaturplan 2013-2017 ist die Förderung von Rahmenbedingungen zur optimalen Vereinbarkeit von Beruf und Familie verankert. Dazu gehört eine Sensibilisierung der Öffentlichkeit und der Arbeitgebenden. Die Kampagne Männersache war auf zwei Jahre (2013-14) angelegt. Das Thema der väterfreundlichen Unternehmens- und Personalpolitik wird die GFM weiterhin beschäftigen. Für die Unternehmen und Betriebe ist es ein wichtiges Handlungsfeld, um die Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen und dem Fach- und Führungskräftemangel zu begegnen. Die Unternehmen sind mit der Herausforderung konfrontiert, für Frauen attraktiv zu werden, aber auch für Männer attraktiv zu bleiben, damit sie im Unternehmen gehalten werden können.

Es ist für 2015 keine Fortsetzung der Kampagne Männersache geplant.

¹ Familienbefragung 2013, Statistisches Amt des Kantons Basel-Stadt, 2014, S. 35

(4) Die Wickelfisch-Kampagne kostet CHF 46'000. Kann der Regierungsrat zusätzlich auflisten, wie viele Arbeitsstunden durch die entsprechenden Mitarbeitenden der Verwaltung für die Umsetzung der Kampagne aufgewendet wurden und wie hoch der entsprechend Personalaufwand dafür (finanziell) war?

Die Wickelfisch-Kampagne trägt den Namen „Männersache – Basler Männer arbeiten Teilzeit“ und beinhaltete die folgenden Kampagnenelemente:

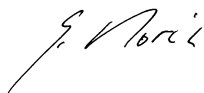
1. Plakatkampagne: Plakataushang während zwei Wochen
2. Beratungsangebot des Männerbüro Basel: August 2014 bis Ende Januar 2015
3. Lancierungsevent am Rhein
4. Podiumsdiskussion „Kann man(n) sich Teilzeit leisten?“, kontroverse Diskussion des Themas

Die Arbeitsstunden in der Abteilung Gleichstellung von Frauen und Männern lassen sich auf folgende Positionen aufteilen:

Funktion	Anzahl geleistete Stunden	Bruttokosten pro Stunde in Franken	Kosten in Franken
Projektleiterin	100	55.63	5'563.00
Wiss. Mitarbeiterin	20	29.52	590.40
Wiss. Praktikantin	200	16.33	3'266.00
Total	350		9'419.40

Das ergibt ein Personalkostenaufwand von **Total: 9'419.40 Franken.**

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Guy Morin
Präsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin