

Väterkarenz soll Unternehmen und Eltern schmackhaft gemacht werden

LINZ. Derzeit gehen in Oberösterreich erst 3,7 Prozent der Väter in Karenz. Der Verein abz austria will diesen Wert mit einer Informationskampagne deutlich steigern.

VON STEFAN MINICHBERGER

Thomas Puhmer ist Kundenbetreuer im Beschwerdemanagement bei der A1 Telekom Austria in Wien. Der 37-Jährige wurde im Mai 2010 Vater einer Tochter. Mitte Mai dieses Jahres wird Puhmer in Karenz gehen. „Meine Lebensgefährtin Melanie und ich haben uns für das Modell 12+2 entschieden“, erklärt der Niederösterreicher.

Dies bedeutet, dass Puhmer zwei Monate in Karenz gehen wird, nachdem seine Lebensgefährtin die ersten zwölf Monate zuhause mit dem Kind verbracht hat. „Ich arbeite in einer schnelllebigen Branche, aber zwei Monate weg zu sein, ist kein Problem“, sagt Puhmer.



Thomas Puhmer mit seiner knapp einjährigen Tochter Linda.

Foto: Brejcha

„Finanzielle Gründe sind kein Argument mehr, die Väterkarenz abzulehnen.“

MANUELA VOLLMANN
abz austria-Leiterin



Foto: abz austria

Mit dem Dienstgeber sei bereits alles vor der Geburt besprochen worden. Ein Anreiz für die Väterkarenz sei auch das einkommensabhängige Kinderbetreuungsgeld gewesen, das bei diesem Karenzmo-

dell in Anspruch genommen werden kann. Dieses wurde 2010 eingeführt und macht 80 Prozent des letzten Gehalts vor der Karenz aus. „Mit diesem Geld ist das gut bewältigbar“, betont Puhmer.

Für die Väterkarenz fit machen

Manuela Vollmann, Geschäftsführerin des Vereins abz austria, ist derselben Meinung. „Das Argument, dass Vä-

ter aus finanziellen Gründen nicht in Karenz gehen können, zählt nicht mehr“, sagt Vollmann. Ihr Verein führt im Auftrag der Sozialpartner und des Frauen- sowie des Sozialministeriums österreichweit Workshops durch, um Unternehmen zum Thema „Väterkarenz“ fit zu machen. Die nächste Veranstaltung findet am 7. April in der Wirtschaftskammer in Linz statt. Dort werden rechtliche

Rahmenbedingungen erklärt und Arbeitszeitmodelle vorgestellt, wie Unternehmen Karenzzeiten bewältigen können.

„Wir können dabei speziell auf die Probleme von Unternehmen eingehen“, sagt Vollmann. „Es sind immer individuelle Lösungen nötig, weil es auf die Branche und die Position ankommt, aber die Probleme sind lösbar“, ist Vollmann überzeugt.