



Ministerie van Sociale Zaken
en Werkgelegenheid

Aan de voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 1a
2513 AA 's-GRAVENHAGE

Postbus 90801
2509 LV Den Haag
Anna van Hannoverstraat 4
Telefoon (070) 333 44 44
Telefax (070) 333 40 33

Uw brief
24 februari 2003
Kenmerk: 2020307670

Ons kenmerk
DCE 03 / 17534

Onderwerp
Vraag lid Van der Vlies (SGP) over
de campagne "Mannen in de
Hoofdrol"

Datum
28 maart 2003

./ Hierbij ontvangt u de antwoorden op de vragen van de heer Van der Vlies (SGP) over de campagne 'Mannen in de Hoofdrol'.

De Staatssecretaris van Sociale Zaken
en Werkgelegenheid,

(Khee Liang Phoa)

Antwoord op vragen van het lid Van der Vlies (SGP)

Vraag 1

Klopt het bericht dat uw ministerie een mediacampagne “Mannen in de Hoofdrol” start met ingang van 27 februari a.s.?

Antwoord 1

Ja, de startdatum van de mediacampagne was 3 maart 2003.

De subsidieaanvraag voor de campagne “Mannen in de Hoofdrol” is op 18 juli 2002 toegekend in het kader van het Europese ESF-Equal programma.

De campagne bestaat uit onder andere de volgende onderdelen:

1. spots op radio en TV;
2. website;
3. tentoonstelling en seminar i.s.m. Zweedse Ambassade;
4. freecards;
5. deelprojecten met intermediaire organisaties, waaronder bedrijven, werkgevers- en werknemersorganisaties en sportclubs.
6. deelprojecten van de projectpartners (het Nederlands Instituut voor Zorg en Welzijn en het Centrum voor Innovatie van Opleidingen)

De campagne eindigt ultimo oktober 2004.

Vraag 2

Bent u van mening dat de overheid een taak heeft om zich te mengen in de taakverdeling binnen het gezin?

Antwoord 2

Nee. De campagne houdt de burgers een spiegel voor.

De doelstelling van het project Mannen in de Hoofdrol is in de eerste plaats het op gang brengen van bewustwording en discussie over de taakverdeling en rolverdeling tussen mannen en vrouwen. Het gaat daarbij vooral om de huidige eigen situatie versus de gewenste situatie, de voor- en nadelen alsook de mogelijkheden van het samen werken en samen zorgen.

Bestaande patronen rond de taken thuis en de werktijden vormen voor vele vrouwen en mannen een belemmering bij het realiseren van hun wensen ten aanzien van de combinatie werk en privé. Veel vrouwen vinden de dubbele belasting van werk en privé zwaar, raken overspannen en ziek en/of stoppen met werken, terwijl veel mannen aangeven graag meer tijd te willen besteden aan “huis, haard en kinderen”.

Dit project beoogt tevens de beleidsdoelstellingen van het kabinet te ondersteunen, te weten:

- een netto arbeidsparticipatie van vrouwen van 65% in 2010;
- een stijging van het percentage economisch zelfstandige vrouwen tot minimaal 60%.

Vraag 3

Bent u van mening dat op dit moment mannen en vrouwen niet voldoende in staat zijn om zelf hun taakverdeling te bepalen?

Antwoord 3

Onderzoek toont aan dat negentig procent van de mannen en vrouwen in Nederland een evenwichtiger taakverdeling belangrijk vindt. In de praktijk weten echter weinigen dit te realiseren. Flankerend beleid, zoals wet- en regelgeving, blijkt onvoldoende om bestaande cultuur- en gedragspatronen te doorbreken. Naast discussie beoogt het project ook best practices, nieuwe en creatieve oplossingen te identificeren om deze vervolgens kenbaar en toepasbaar te maken.

In dit kader is het van groot belang om vast te stellen dat een aantal toonaangevende bedrijven en maatschappelijke organisaties zich reeds aan dit project hebben verbonden. Ook deze organisaties hebben het thema “eerlijke verdeling van arbeid en zorg” hoog op de agenda staan, vanuit bijvoorbeeld het doel om meer mannen te betrekken bij het vrijwilligerswerk (sportclubs) en een grotere rol van vrouwen in (de top) van het bedrijfsleven. Samen met deze intermediaire partners zal de dialoog met de doelgroep c.q. hun achterban over de verdeling van taken worden opgestart.

Vraag 4

Wat zijn de totale kosten van het media-offensief, bestaande uit reclamespotjes op TV en radio, freecards, advertenties en een vierentwintigdelige televisieserie?

Antwoord 4

Het project Mannen in de Hoofdrol bestaat uit twee deelprojecten: “Wie doet wat.nl” en “Werkende vaders, zorgende mannen”. Onderstaande budgetten voor de multimediale campagne “Wie doet wat.nl” en het onderzoek “Werkende vaders, Zorgende mannen” zijn bedoeld voor een periode van 2,5 jaar. Voor zowel de campagne “Wie doet wat.nl” als het onderzoek geldt dat 50% wordt gefinancierd via het EQUAL-programma van het Europees Sociaal Fonds.

Totale kosten “Wie doet wat.nl”

De kosten voor massacommunicatie (gericht op de gehele Nederlandse samenleving) bedragen 3 mln. euro. Massacommunicatie bestaat uit: tv- en radiocommercials, freecards, advertenties. De campagne wordt ondersteund / uitgevoerd door de projectorganisatie à 2,5 mln. euro. Voor alle overige activiteiten rondom de campagne (deelprojecten van CINOP en NIZW, transnationale samenwerking, actiematige activiteiten, intermediairen-programma) is een bedrag van 4,6 mln. euro beschikbaar.

Totale kosten “Werkende vaders, Zorgende mannen”

Voor het onderzoeksproject 'Werkende vaders, Zorgende Mannen' is een totaalbedrag van 450.000 euro beschikbaar. Onderdeel van het project is een tweedaagse Europese conferentie in 2004.

Vraag 5

Hoe meet u de effectiviteit van deze campagne? Is er een nulmeting?

Antwoord 5

De effectiviteit van deze campagne wordt zowel kwalitatief als kwantitatief onderzocht: voor aanvang van de campagne (0-meting), gedurende de campagne (1-meting) en aan het eind van de campagne (2-meting). De nulmeting is 10 februari 2003 in conceptvorm opgeleverd; de eindanalyse van de uitkomsten zullen binnenkort worden afgerond.

Vraag 6

Bent u van mening dat een dergelijke geldverslindende campagne in de huidige economische omstandigheden is te verantwoorden?

Antwoord 6

Voor minder dan 1 € per volwassen burger krijgen alle Nederlandse inwoners via de campagne prikkels tot Bewuster Samen Leven, alsmede om zelf en samen te werken aan een Betere Balans tussen Werk en Thuis. Juist in een periode waarin de economie onder druk staat is het belangrijk dat mensen hun talenten op een gezonde, evenwichtige en productieve wijze inzetten.