



# Presseinformation

Pressekontakt IKEA: Uwe Blümel  
☎ +43 1 69000 16110  
[presse.postfach.at@ingka.ikea.com](mailto:presse.postfach.at@ingka.ikea.com)

Vösendorf, 14. Juni 2021

**„Equality starts at home!“:**

## Wie viel Papa braucht ein Kind?

**IKEA ist davon überzeugt, dass die Gleichberechtigung von Mann und Frau Zuhause in den eigenen vier Wänden beginnt: das betrifft genauso die Kinderbetreuung. Denn klar ist, diese sollte gerecht auf beide Elternteile aufgeteilt werden. Genau aus diesem Grund hat IKEA gemeinsam mit der Schwedischen Botschaft die Kampagne „Zuhause mit Papa“ ins Leben gerufen, die zur Sensibilisierung der Väterrolle in Österreich beitragen will. Bei der digitalen Podiumsdiskussion vergangenen Freitag wurde deshalb die Frage „Wieviel Papa braucht ein Kind?“ gestellt und darüber gesprochen, welche Rolle einem Unternehmen bei der Etablierung eines modernen Familienmodells zukommt.**

Gleichstellung ist eine Thematik, die IKEA als Arbeitgeber sehr am Herzen liegt: „Wir möchten einen besseren Alltag für die vielen Menschen schaffen. Deswegen hat Gleichberechtigung einen zentralen Platz bei IKEA“, betont Catherina Fendt, Country Communication Manager IKEA Österreich, beim digitalen Presseevent. Unter der Moderation von Uwe Blümel, PR-Leader IKEA Österreich, diskutierte sie zusammen mit der stellvertretenden Schwedischen Botschafterin und Gastgeberin Helena Zimmerdahl, der Psychotherapeutin Alexandra Pölzl sowie mit dem Kampagnenbotschafter, Familienvater und TV-Moderator Florian Danner darüber, wie eine Sensibilisierung der Väterrolle in Haushalt, Kindererziehung und Familienleben in Österreich geschaffen werden kann.

### **Zeit und Aufmerksamkeit beider Elternteile**

In Sachen Gleichstellung und Väterkarenz hat Schweden bereits seit vielen Jahren eine Vorreiterrolle inne: „In Schweden wird vieles anders gehandhabt. Väter müssen beispielsweise ganz oft erklären, warum sie die Karenz nicht für sich in Anspruch nehmen“, erklärt Zimmerdahl. Während es im skandinavischen Land schon seit vielen Jahren selbstverständlich ist, dass die Kinderbetreuung beider Elternteile zukommen sollte, kann sich Österreich in diesem Bereich noch eine Scheibe abschneiden. So hat gerade das vergangene Pandemie-Jahr gezeigt, dass die zusätzliche Betreuungsarbeit, die durch Homeschooling und Lockdowns entstanden ist, zum Großteil den Frauen aufgelastet wurde – das zog die Verstärkung der alten Rollenbilder nach sich.

In Anlehnung an die „Swedish Dads“ Ausstellung des schwedischen Starfotografen Johan Bävam hat IKEA deshalb in den vergangenen Wochen zum einem österreichweiten Fotocontest auf Social Media aufgerufen, um Bewusstsein für die Wichtigkeit der Väterrolle in Familie und Haushalt zu schaffen: Unter dem Hashtag #ZuhausemitPapa sollten Bilder geteilt werden, die Väter bei der gemeinsamen Zeit mit ihren Kindern zeigen.



# Presseinformation

Pressekontakt IKEA: Uwe Blümel

☎ +43 1 69000 16110

[presse.postfach.at@ingka.ikea.com](mailto:presse.postfach.at@ingka.ikea.com)

## Die Verantwortung liegt auch bei den Unternehmen

Kampagnenbotschafter und Zweifach-Papa Florian Danner weiß aus eigener Erfahrung nur zu gut, dass eine gleichberechtigtere Gesellschaft Zuhause beginnt und auch nur dann erreicht werden kann, wenn sich beide Elternteile Arbeit und Verantwortung teilen: „Für mich war klar: Meine Kinder sollen gleichermaßen viel Zeit mit Mama und Papa verbringen können, sodass sie dieses gleichberechtigte Familienbild später auch an ihre eigenen Kinder weiter geben“, erklärt der TV-Moderator. „Ich hole meine Kinder von der Schule und vom Kindergarten ab. Das geht aber nur, da ich das Privileg eines familienfreundlichen Arbeitgebers habe.“ So liegt die Verantwortung einer gleichberechtigteren Gesellschaft nicht nur bei den Familien selbst – besonders den Unternehmen kommt in dieser Entwicklung auch eine wesentliche Rolle zu. Denn nur durch ein gleichberechtigtes, familienorientiertes Arbeitsumfeld können sich Modelle wie die Väterkarenz langfristig gesellschaftlich etablieren.

IKEA ist sich seiner sozialen Verantwortung vollkommen bewusst: Als internationaler Arbeitgeber ist dem schwedischen Unternehmen die Gleichstellung von Mann und Frau ein wichtiges Anliegen, das sich nicht nur in fairer Bezahlung, sondern auch in der Förderung des sogenannten „Papamonats“ widerspiegelt: „Bei IKEA arbeiten sehr viele engagierte Väter und wir beobachten stolz, dass sich immer mehr davon bewusst für den ‚Papamonat‘ entscheiden“, berichtet Fendt. Eine Entwicklung in die richtige Richtung, der sich hoffentlich künftig auch andere Unternehmen und Väter anschließen.

## Die Sieger stehen fest

Die Wichtigkeit für die Entwicklung von Kindern, sowohl Zeit mit Mutter und Vater zu verbringen, betont auch die Psychotherapeutin für Kinder, Jugendliche und Erwachsene, Alexandra Pözl, während der digitalen Podiumsdiskussion mehrfach. Wie schön diese gemeinsame Zeit aussehen kann, zeigen die Siegerbilder des Fotowettbewerbs auf den Social Media Kanälen von IKEA Österreich. Die drei besten Bilder – die Väter gemeinsam mit ihren Kindern zeigen – wurden in einem Auswahlverfahren einer Expert:innen-Jury prämiert und am Vatertag, dem 13. Juni, von der Schwedischen Botschaft gemeinsam mit IKEA bekanntgegeben. Alle drei Gewinner, die aus Wien, Oberösterreich und dem Burgenland stammen, können sich über Einkaufsgutscheine von IKEA im Wert von € 100,- und über ein professionelles Fotoshooting für die ganze Familie freuen.

## „Wie machen wir das mit der Kindererziehung?“

Mit der Kampagne „Zuhause mit Papa“ möchte IKEA den gesellschaftlichen Diskurs vorantreiben und Familien dazu anregen, den Haushalt und die Kindererziehung gleichermaßen aufzuteilen. Dabei sollen Angebote wie die Väterkarenz auch in Österreich verstärkt wahrgenommen werden. Mit dem Kampagnenziel, Väter zu inspirieren und zu mobilisieren, sich stärker in das Familienleben zu integrieren, haben die Schwedische Botschaft und IKEA einen wichtigen Schritt hin zu einer gleichberechtigten Gesellschaft gesetzt.

## Über IKEA Österreich

Seit über 40 Jahren ist das schwedische Möbelunternehmen IKEA mittlerweile auch in Österreich vertreten: In 7 Einrichtungshäusern, 1 Planungsstudio, 2 Logistikzentren, 8 Abholstationen und diversen Services, wie z. B. Click & Collect, sorgen rund 3.600 IKEA Mitarbeiter:innen für Inspiration am laufenden Band.



# Presseinformation

Pressekontakt IKEA: Uwe Blümel

☎ +43 1 69000 16110

[presse.postfach.at@ingka.ikea.com](mailto:presse.postfach.at@ingka.ikea.com)

IKEA hat die Vision, einen besseren Alltag für die vielen Menschen zu schaffen, indem wir formschöne, funktionsgerechte, erschwingliche und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände anbieten, die mit Rücksicht auf Mensch und Umwelt produziert wurden. Mit jedem unserer Produkte versuchen wir das Zuhause zu einem noch besseren Platz zu machen.

Dazu gehören auch gesunde und nachhaltige Lebensmittel, die IKEA seinen Kund:innen und Mitarbeiter:innen in den IKEA Restaurants, IKEA Bistros und dem Schwedenshop anbietet. Von nachhaltig beschafften Zutaten bis hin zu fleischlosen Optionen und lokal angebauten Produkten, die gut schmecken und auch besser für den Planeten sind.

Mehr zu IKEA gibt's [hier](#).



Im Rahmen der Kampagne „Zuhause mit Papa“ von der Schwedischen Botschaft und IKEA Österreich wurde bei der digitalen Podiumsdiskussion vergangenen Freitag die Frage „Wieviel Papa braucht ein Kind?“ gestellt. Außerdem können sich die Gewinner des Fotowettbewerbs, die am Sonntag, 13. Juni, prämiert wurden, über tolle Preise freuen.

Foto links: © IKEA

v.l.n.r. Helena Zimmerdahl, gesandte Botschaftsrätin und stellvertretende Schwedische Botschafterin; Florian Danner, TV-Moderator und Kampagnen-Botschafter „Zuhause mit Papa“; Alexandra Pölzl, Psychotherapeutin für Kinder, Jugendliche & Erwachsene; Uwe Blümel, PR Leader IKEA Österreich; Catharina Fendt, Country Communication Manager IKEA Österreich

Fotos mittig und rechts: © privat

**Fotos in druckfähiger Qualität und aktuelle Presseinfos zum Download im Pressroom von [IKEA.at](https://www.ikea.at) oder auf [presse.Professional.at](https://presse.Professional.at).**