
**Einfache Anfrage Flückiger-Wil / Keller-Gätzi-Wittenbach / Schuler-Mosnang:
«Populismus statt Professionalität? Plakatkampagne des DI wirft Fragen auf**

Die Abteilung Integration und Gleichstellung des Amtes für Soziales wirbt aktuell mit Plakaten für ihr steuerfinanziertes Beratungsangebot. Zu lesen sind da etwa Sätze wie «Du wirst bald Vater und möchtest dein Pensum reduzieren. Aber dein Chef will das nicht. Was kannst du tun?».

Gleichstellung ist für die FDP eine Selbstverständlichkeit. Die Art und Weise, wie die zuständige Amtsstelle auftritt, wirkt jedoch in höchstem Masse irritierend. Die Sprache der Plakate ist geprägt von starker Emotionalisierung, plakativen Aussagen und der unreflektierten Darstellung von Stereotypen – insbesondere gegenüber Führungskräften und männlich codierten Rollenbildern. Es entsteht der Eindruck, die Kampagne verfolge weniger das Ziel, sachlich zu informieren als vielmehr einen gesellschaftlichen Keil zu treiben.

Gerade eine steuerfinanzierte Verwaltungsstelle sollte in der Kommunikation über Gleichstellung zurückhaltend und differenziert auftreten und keine Klassenkampf-Rhetorik verwenden. Die gewählte Darstellungsweise hingegen wirkt populistisch, unausgewogen und unprofessionell. Dies wirft grundlegende Fragen über die politische und rechtliche Legitimation solcher Kampagnen, deren Effektivität sowie die verantwortungsvolle Mittelverwendung auf.

Die Regierung bitten wir vor diesem Hintergrund um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie beurteilt die Regierung Inhalt und Sprache der aktuellen Plakate im Hinblick auf die Anforderungen an die Kommunikation einer kantonalen Amtsstelle?
2. Welche konkreten Ziele verfolgt die Kampagne und wie werden diese gemessen?
3. Welche finanziellen und personellen Ressourcen wurden in den letzten fünf Jahren jährlich für diese oder ähnliche Kampagnen sowie weitere Kommunikationsmassnahmen aufgewendet? In welcher Position in Budget und Rechnung sind diese Ausgaben jeweils verbucht?
4. Wie stellt die Regierung sicher, dass solche Kampagnen nicht polarisieren, sondern sachlich und integrativ wirken?
5. Gestützt auf welche gesetzliche Grundlage werden solche Kommunikationsmassnahmen geplant und verantwortet?
6. Welche Grenzen des steuerfinanzierten Beratungsangebots gibt es bzw. wie weit geht die Beratung?»

15.08.2025

Flückiger-Wil
Keller-Gätzi-Wittenbach
Schuler-Mosnang