

DI / Einfache Anfrage Flückiger-Wil / Keller-Gätzi-Wittenbach / Schuler-Mosnang
vom 15. August 2025

Populismus statt Professionalität? Plakatkampagne des DI wirft Fragen auf

Antwort der Regierung vom 14. Oktober 2025

Marc Flückiger-Wil, Ruth Keller-Gätzi-Wittenbach und Ruben Schuler-Mosnang erkundigen sich in ihrer Einfachen Anfrage vom 15. August 2025 nach dem Hintergrund und den Zielen einer Plakatkampagne der kantonalen Gleichstellungsförderung. Auch interessiert die Anfragenden, wie die Kampagne und das entsprechende Angebot finanziert sind.

Die Regierung antwortet wie folgt:

Ziel der genannten Kampagne zum Beratungsangebot der kantonalen Gleichstellungsförderung ist es, die Bevölkerung auf die Möglichkeit der vertraulichen, kostenlosen Beratung hinzuweisen. Zugleich soll die Kampagne das Bewusstsein für Gleichstellungsfragen im Arbeitsalltag stärken und sichtbar machen, in welchen Situationen Diskriminierung im Erwerbsleben auftreten kann.

Zu den einzelnen Fragen:

1. *Wie beurteilt die Regierung Inhalt und Sprache der aktuellen Plakate im Hinblick auf die Anforderungen an die Kommunikation einer kantonalen Amtsstelle?*

Die Sprache und die Gestaltung der Plakate wurden gezielt so gewählt, dass sie im Rahmen einer Plakatkampagne die notwendige Aufmerksamkeit erzielen und das Beratungsangebot der kantonalen Gleichstellungsförderung einer breiten Öffentlichkeit bekannt machen. Nach Einschätzung der Regierung entsprechen Inhalt und Sprache den Anforderungen an eine Kampagnen-Kommunikation einer kantonalen Amtsstelle, wahren die gebotene Sachlichkeit und sorgen gleichzeitig für die erforderliche Sichtbarkeit. Auf die im vorliegenden Vorstoss beanstandeten Plakate sind im Übrigen keine negativen Rückmeldungen eingegangen.

2. *Welche konkreten Ziele verfolgt die Kampagne und wie werden diese gemessen?*

Die Kampagne verfolgt das Ziel, das Beratungsangebot der kantonalen Gleichstellungsförderung im gesamten Kanton St.Gallen bekannter zu machen. Ein besonderes Gewicht liegt darauf, die Möglichkeit einer vertraulichen und kostenlosen Beratung hervorzuheben und die Anlaufstelle gut sichtbar zu machen. Ein weiteres Ziel der Kampagne ist es, das Bewusstsein für Gleichstellung im Arbeitsalltag zu fördern und erkennbar zu machen, wann und wie Diskriminierungen auftreten können. So macht die Kampagne auf reale Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Zivilstand oder familiärer Situation sowie auf Fälle von sexueller Belästigung am Arbeitsplatz aufmerksam. Jede Szene ist mit der Frage «Was kannst du tun?» und der Antwort in Form einer konkreten Handlungsoption verknüpft – der Kontaktaufnahme mit der Beratungsstelle, die bei Diskriminierung am Arbeitsplatz unterstützt.

Die Wirkung und Zielerreichung werden anhand mehrerer Kriterien überprüft: Dazu zählen die Reichweite der Kampagne in den relevanten Kanälen (z.B. Anzahl Views und Klicks auf Socialmedia), die Anzahl und Art der eingegangenen Rückmeldungen sowie die Entwicklung der Beratungsanfragen während und nach der Laufzeit. In den letzten zwei Jahren hat sich gezeigt, dass die Anzahl Beratungsanfragen nach dem Einsatz von Kampagnenmaterial zugenommen hat. Die durchschnittliche Zahl der Beratungen stieg von 27 je Jahr (2020–2022) auf 36 Anfragen in den Jahren 2023 und 2024. Im Jahr 2023 wurden fünf Prozent der Ratsuchenden direkt durch die Kampagne auf das Beratungsangebot aufmerksam. Im Jahr 2024 waren es 25 Prozent, im laufenden Jahr sind es 23 Prozent. Das zeigt die langfristige Wirkung und den Nutzen des wiederholten Kampagneneinsatzes.

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?*

Die Kampagne zur Bewerbung der Beratung der Gleichstellungsförderung läuft seit dem Jahr 2023. Für die bisherige zweijährige Laufzeit wurden insgesamt knapp Fr. 50'000.– eingesetzt (Rechnungsabschnitt Amt für Soziales). Diese Mittel deckten den initialen Aufwand für die Konzeption und Gestaltung der Kampagne (Fr. 10'000.–) sowie die Kosten für die Bewerbung im öffentlichen Raum und im öffentlichen Verkehr (Fr. 40'000.–). Bei der Umsetzung wurde bewusst auf eine effiziente und nachhaltige Mittelverwendung geachtet. Dabei wurde die Gestaltung so ausgelegt, dass sie auch in den kommenden Jahren aktuell bleibt und die Materialien wiederverwendet werden können.

4. *Wie stellt die Regierung sicher, dass solche Kampagnen nicht polarisieren, sondern sachlich und integrativ wirken?*

Die Abteilung Integration und Gleichstellung im Amt für Soziales legt bei der Konzeption und Umsetzung ihrer Kampagnen grossen Wert auf eine sachliche und integrative Wirkung. Die Sprache wird bewusst prägnant, verständlich und je nach Zielgruppe angepasst, um die relevanten Botschaften zu vermitteln und unterschiedliche Bevölkerungsgruppen angemessen anzusprechen sowie im Kontext der übrigen Plakate im öffentlichen Raum aufzufallen. In den Kampagnen werden reale und nachvollziehbare Beispiele verwendet, um Nähe zur Lebensrealität der Zielgruppen herzustellen und die Relevanz der Botschaften zu stärken. Die Kampagnen verfolgen das Ziel, auf Unterstützungsmassnahmen aufmerksam zu machen und Wege zum Handeln aufzuzeigen, um bestehende Ungleichheiten wirksam anzugehen. Sie sollen daher nicht polarisieren oder ausgrenzen, sondern Personen individuell ansprechen, sie unterstützen und zugleich auf kollektiver Ebene Wirkung entfalten, indem sie die Aufmerksamkeit auf eine bestehende Problematik lenken.

5. *Gestützt auf welche gesetzliche Grundlage werden solche Kommunikationsmassnahmen geplant und verantwortet?*

Die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter beruht auf dem Grundsatz der Rechtsgleichheit in Art. 8 Abs. 3 der Bundesverfassung (SR 101; abgekürzt BV)). Um den Verfassungsauftrag zur rechtlichen und tatsächlichen Gleichstellung im Erwerbsleben zu konkretisieren, trat im Jahr 1996 das eidgenössische Gleichstellungsgesetz (SR 151.1; abgekürzt GIG) in Kraft. Der Grundsatz der Gleichstellung der Geschlechter ist auch in Art. 2 Abs. 1 Bst. b der Kantonsverfassung (sGS 111.1; abgekürzt KV) aufgeführt. Die Artikel zur Gleichstellung der Geschlechter in der BV und der KV sowie das GIG bilden die Basis der kantonalen Gleichstellungsförderung. Die Regierung hat im Jahr 2001 die Fachstelle für Gleichberechtigungsfragen in die Staatsverwaltung eingegliedert und damit auch ihre

Aufgaben festgehalten. Die Regierung sah den Handlungsbedarf «sowohl gegen innen als auch gegen aussen». Gemäss dem Beschluss sollen durch die Abteilung Projekte «zu gleichberechtigten und gleichwertigen Lebens- und Arbeitschancen» angeboten werden. Im Weiteren hielt die Regierung fest: «Ein wichtiger Aspekt bleibt die Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit.» Kommunikationsmassnahmen wie die Kampagne zur Bewerbung des Beratungsangebots der kantonalen Gleichstellungsförderung werden auf dieser Grundlage geplant und realisiert.

6. *Welche Grenzen des steuerfinanzierten Beratungsangebots gibt es bzw. wie weit geht die Beratung?*

Die Beratung ist als Erst- bzw. Kurzberatung konzipiert und dient der Orientierung in Fragen der Gleichstellung im Erwerbsleben. Sie umfasst keine juristische Einschätzung und ersetzt keine Rechtsberatung. Der Schwerpunkt liegt auf der neutralen Information über die Verfahrensabläufe des personalrechtlichen Wegs und die Möglichkeit zur Einreichung eines Schlichtungsgesuchs.

Das Angebot steht sowohl Einzelpersonen als auch Institutionen zur Verfügung. Von Arbeitgebenden wird das Beratungsangebot vor allem bei Meldungen von sexueller Belästigung am Arbeitsplatz in Anspruch genommen. Die Beratungsstelle nimmt keine Vermittlungs- oder Mediationsrolle ein, sondern informiert ausschliesslich auf Grundlage klarer Fakten und triagiert bei Bedarf an Fachstellen. Die Beratungen erfolgen in der Regel telefonisch und umfassen durchschnittlich ein bis zwei Kontakte je Fall. Häufige Themen sind Lohnungleichheit, Arbeitsbedingungen während Schwangerschaft oder Mutterschaft sowie sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz.

Der kantonalen Gleichstellungsförderung ist auch die präventive Information von Arbeitgebenden ein Anliegen. Seit dem Jahr 2022 führt sie jährlich die Weiterbildung «Gleichstellung im Arbeitsalltag» durch, die dieses Jahr zum fünften Mal stattfindet. Dabei werden Führungskräfte und HR-Fachpersonen u.a. mit dem Gleichstellungsgesetz vertraut gemacht. An der Weiterbildung nehmen sowohl Personen aus der Privatwirtschaft als auch aus dem öffentlichen Sektor und von NGO teil. Zusätzlich werden Workshops zur Sensibilisierung zu sexueller Belästigung am Arbeitsplatz angeboten, die sowohl verwaltungsintern als auch -extern genutzt werden.