

Sachdokumentation:

Signatur: DS 2060

Permalink: www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/2060



Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.

**Rede anlässlich der Lancierung der nationalen Dachkampagne
der FDP Frauen Schweiz**

„Gleichstellung beginnt im Kopf“

Liebe Medienschaffende

Wie kommt es, dass der Frauenanteil im Ständerat wieder aufs Niveau der 90er-Jahre gesunken ist? Wie kommt es, dass der Frauenanteil im Nationalrat mit Müh und Not die 30%-Marke überschritten hat? Und wie kommt es, dass in den Verwaltungsräten der SMI-Unternehmen nicht einmal ein Drittel Frauen Einsitz nehmen? Mit der Einführung des Gleichstellungsgesetzes wäre doch eigentlich die Grundlage geschaffen. Wie kommt es also, dass Gleichstellung noch lange nicht in der politischen und wirtschaftlichen Realität angekommen ist? Und vor allem: Wo können wir ansetzen, damit Frauen und Männer endlich gleichberechtigt sind? Wie können wir zu einem gesellschaftlichen Wandel beitragen – welche Impulse sind nötig?

FDP Frauen Kanton St.Gallen im Lead

Mit diesen Fragen setzen wir uns vonseiten der FDP Frauen Kanton St.Gallen seit Jahren intensiv auseinander. Erst recht nach letztem Herbst. Erstmals in der Geschichte des Kantons St.Gallen gibt es eine bürgerliche Frauenliste – lanciert von den FDP Frauen Kanton St.Gallen. Konkret treten wir mit 12 kompetenten Frauen aus verschiedensten Regionen des Kantons, aus allen Altersgruppen und mit vielfältigen Lebenshintergründen an. Unser

Ziel ist, dass eine freisinnige Frau den Sprung in den Nationalrat schafft. Mittelfristig streben die FDP Frauen einen Frauenanteil in der FDP-Kantonsratsfraktion von 40% an.

Kampagne der FDP Frauen St.Gallen schweizweit lanciert – DANKE!

Wir haben uns dabei entschieden, flankierend zu unserem Nationalratswahlkampf im Kanton St.Gallen, eine Kampagne zur Gleichstellung von Frau und Mann zu initiieren. Die Kampagne war ursprünglich nur für den Kanton St.Gallen geplant. Die FDP Frauen Schweiz waren so begeistert, dass sie diese als nationale Dachkampagne übernommen haben.

Allen voran möchten wir uns bei Doris Fiala für ihre grosse Unterstützung bedanken – sie hat sich von Anfang an für die Kampagne stark gemacht und diese auf nationaler Ebene ermöglicht. Mit ihrem Schaffen hat sie sich in Vergangenheit immer wieder konsequent und erfolgreich für mehr Frauen in der Politik eingesetzt. Wir wissen dieses Engagement von Doris Fiala sehr zu schätzen und möchten ihr im Namen der FDP Frauen Kanton St.Gallen herzlich dafür danken. Wir freuen uns enorm, die Kampagne heute gemeinsam mit den FDP Frauen Schweiz zu präsentieren.

Kampagne: Für eine gelebte Gleichstellung sind wir alle in der Pflicht

Mit der Kampagne adressieren wir das Thema Gleichstellung aus einer bislang vernachlässigten Perspektive und wollen einen Beitrag zu einer „gelebten Gleichstellung“ leisten.

Im öffentlichen Diskurs scheinen Forderungen nach mehr Regulierungen zu dominieren. Doch erreichen wir wirklich eine „gelebte Gleichstellung“, indem wir Quoten schaffen und Sanktionen aussprechen? Unsere Antwort lautet: Nein! Eine gelebte Gleichstellung erreichen wir nicht, indem wir die Verantwortung „externalisieren“ und „abschieben“. Für eine wahre Gleichstellung sind wir alle, Frauen und Männer, in der Pflicht.

Gleichstellung beginnt bei uns allen, in unseren Köpfen. So thematisiert die Kampagne, dass Frauen und Männer in der Politik und Wirtschaft noch immer nach unterschiedlichen Ellen „bemessen“ werden. Wenn etwa ein Mann in einer Führungsposition selbstbewusst und entgegen von Widerständen seine Entscheidungen fällt, wird er als „stark“ betrachtet. Wenn jedoch eine Frau in einer Führungsposition dasselbe tut, gilt sie als „stur“ oder „starrsinnig“. Solche unterschiedlichen Massstäbe sind hoch problematisch, da sie letzten Endes auch unsere Entscheidungen und unseren Umgang mit unseren Mitmenschen bestimmen.

Der tiefe Frauenanteil im Stände- und Nationalrat sowie in wirtschaftlichen Führungspositionen ist demzufolge nur die Spitze des Eisbergs. Das wahre Problem liegt wesentlich tiefer. Es sind weder Organisationen, Unternehmen, noch „fremde Mächte“, die eine gelebte Gleichstellung verhindern, sondern wir selbst mit unserem eigenen Alltagsverhalten. Durch unterschiedliche Massstäbe zementieren wir selbst Ungleichheiten – oft ganz unbewusst und doch mit spürbaren Folgen. Das zeigt sich beispielsweise, wenn wir einem Kollegen für einen sehr selbstbewussten Auftritt auf die Schulter klopfen und ihn für seine kämpferische Rhetorik loben. Wenn eine Kollegin dasselbe tut, reagieren wir oft anders und finden, sie sei verbissen und habe „Haare auf den Zähnen“. Im einen Fall ermutigen wir also den Mann, sich kämpferisch, wettbewerbsorientiert zu geben. Im anderen Fall aber geben wir zu verstehen, dass kämpferisch sein kein positives Verhalten einer Frau ist. Die Konsequenz davon: Die Frau wird tendenziell konsensorientierter und weniger kämpferisch agieren – das wiederum schafft „Wettbewerbsvorteile“ für den Mann. Er kann sich profilieren, sich für Wahlen oder Führungsfunktionen empfehlen.

Mit unserer Kampagne möchten wir also einen Diskurs über solche Klischees anregen und eine Sensibilisierung erreichen. Wir möchten damit einen echten Beitrag zur gelebten Gleichstellung leisten, indem wir das „Problem“ bei der Wurzel packen – auch bei unseren eigenen Wurzeln. Mit der Kampagne appellieren wir an uns alle, unsere eigenen Massstäbe und Bewertungskriterien zu hinterfragen. Das mag zuweilen schmerzhaft oder zumindest unangenehm sein. Aber nur wenn wir uns gewissen

Mechanismen bewusst werden, die unsere Entscheidungen leiten, können wir auch wirklich etwas an der Ungleichstellung von Frau und Mann ändern.

Präsentation der Kampagnensujets

Es ist mir daher eine grosse Freude, ihnen die Kampagne nun zu präsentieren. Die Kampagne lancieren wir auf Deutsch, Französisch und Italienisch. Das sind die konkreten Sujets:

(Präsentation der Sujets)

Deutsch:

- rational - emotional
- zackig - zickig
- gefordert - überfordert

Französisch:

- rationnel - émotionnelle
- dynamique - hystérique
- Demandé - débordée

Italienisch:

- razionale - emozionale

Insgesamt haben wir pro Sprache 7 Begriffspaare herausgearbeitet (wie z. B. rational – emotional). Im Vorfeld der Kampagne haben die FDP Frauen Schweiz ein umfassendes Botschaften-Testing in Auftrag gegeben. Das Ziel war, jene Begriffspaare zu identifizieren, die am meisten Aufmerksamkeit und die beste Resonanz erzeugen. Die Botschaften wurden an rund 290'000 Personen getestet, wobei 66'000 Personen ein messbares Interesse gezeigt haben. Die gezeigten Begriffspaare erzielten das beste Resultat.

Umsetzung der Kampagne

Konzipiert und umgesetzt wurde diese Kampagne von Karin Fagetti, Inhaberin einer Kommunikationsagentur und Mitglied der Wahlkampfleitung der FDP Frauen Kanton St.Gallen.

Erlauben Sie mir noch folgende Hinweise betreffend visuelle Umsetzung der Kampagne. Bei der Umsetzung sind wir nach dem Prinzip „reduce to the max“ vorgegangen. Wir haben versucht, alle möglichen Kontextfaktoren buchstäblich auszublenden und auf Gesichter zu fokussieren, die exakt im selben „Mood“ aufgenommen wurden. Damit wird die Allgemeingültigkeit der Botschaft herausgestrichen. Unabhängig von Status, Herkunft, Branche etc. sind Frauen und Männer mit diesen Kategorisierungen und unterschiedlichen Bewertungen konfrontiert. Es war uns wichtig, keine Frauenkampagne auf Kosten der Männer zu lancieren – Frauen und Männer werden mit Respekt gezeigt. Männer wie Frauen sind kompetent, gefordert, stark, selbstbewusst, rational, zackig.

Die digitale Kampagne wird ab dem 3. Juni 2019 in allen Landesteilen der Schweiz geschaltet. Während einer Woche im Juni und einer Woche im August werden die Sujets auf digitalen Plakatwänden in allen grossen Bahnhöfen der Schweiz gezeigt.

Zusammenfassung

Die Kampagne adressiert den Umstand, dass Gleichstellung im Kopf beginnt. Gleichstellung verlangt, dass wir dieselben Massstäbe und Bewertungskriterien auf Frauen und Männer anwenden und „althergebrachte Gender-Klischees“ über Bord werfen. Nur so schaffen wir gleich lange Spiesse für Frauen und Männer, um in Politik und Wirtschaft zu reüssieren.

Es gilt das gesprochene Wort.

Fabienne Bünzli, -

Vizepräsidentin & Wahlkampfleiterin FDP Frauen Kanton St.Gallen

fabienne.buenzli@unisg.ch, Tel. 079 463 05 60