Interpellation Nr. 121 (November 2026)
betreffend fragwürdige Werbung der Ombudsstelle

26.5485.01

Mit einer breiten Social Media-, Plakat- und Tramwerbeaktion motiviert die Ombudsstelle mit dem flappsig-reisserischen Text «Stress mit dem Kanton», die Ombudsstelle aufzusuchen. Offenbar erachten die Verantwortlichen die Inanspruchnahme durch jüngere Menschen als ungenügend und wollen diese Klientel marktschreierisch ermuntern, die eigenen Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Als Zeitfenster für die Kampagne wurde die Herbstmesse gewählt.

Diese Aktion ist in mehrfacher Hinsicht fragwürdig:

Der Begriff «Stress» wird heute inflationär verwendet, quasi als Synonym für viel Arbeit, anstrengende Phasen in der Ausbildung, Probleme irgendwelcher Art bis Drohungen bei Meinungsverschiedenheiten. «Stress» hat der Schüler, dessen Leistung von der Lehrperson als ungenügend betrachtet wird, «Stress» hat die Velofahrerin, die von der Polizei gebüsst wird, weil sie sich nicht an Verkehrsregeln hält, «Stress» hat der Patient in der Notfallstation, weil er nicht gut findet, länger warten zu müssen. Die Frage «Stress mit dem Kanton» kann nicht als Hinweis auf ein seriöses Dienstleistungsangebot einer staatlichen Stelle betrachtet werden, sie verleitet dazu, bei Sachverhalten, die subjektiv als «Stress» wahrgenommen werden, einmal diese Institution anzugehen; man kann es ja einmal versuchen.

Fragwürdig ist das Bild, das mit dieser unglücklich gestalteten Kampagne von der täglichen Arbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kantonalen Verwaltung gezeichnet wird. Es wird suggeriert, dass es Schwierigkeiten mit dem Staat, dass es eben «Stress» gibt. In gewissem Sinne desavouiert, ja diskriminiert diese Kampagne die Arbeit der Mitarbeitenden der kantonalen Verwaltung.

Wenn die Gruppe jüngerer Menschen nicht so häufig die Ombudsstelle in Anspruch nimmt, kann das auch mit fehlendem Anlass begründet werden; die Berührungsebenen junger Menschen mit staatlichen Stellen sind nicht so vielfältig wie bei mitten im Leben Stehenden.

Eine Ombudsstelle wirkt subsidiär, es macht Sinn, dass sie kontaktiert wird, nachdem Erstkontakte zu den Stellen, deren Verhalten aus Sicht der Anfragenden kritisiert wird, bereits erfolgt sind. Die Kampagne missachtet diesen sinnvollen Instanzenweg einer Konfliktbeilegung.

Auch wird die Schwelle gesenkt, um die Ombudsstelle aufzusuchen. Das ist nicht einleuchtend, weil von einer Ratsuchenden Person oder von jemandem, der sich durch staatliche Instanzen ungerecht behandelt fühlt erwartet werden kann, dass eine seriöse Überlegung erfolgt, bevor die Ombudsstelle kontaktiert wird.

Es gibt Dienststellen im Kanton, welche Entscheide treffen müssen, die nicht allen gefallen (KESB, Sozialamt, Arbeitsamt, Ausbildungsbeitrags-Durchführungsstelle, Polizei und weitere). Bei jüngeren Leuten dürfte zum Teil die Einsicht in die Aufgabe dieser Stellen fehlen, was dann - vor dem Hintergrund dieser Aufforderung der Ombudsstelle - Erwartungen an Korrekturen der Entscheide weckt, die letztlich nicht eingehalten werden können.

Der Kanton gibt ein schlechtes Bild von seinen Dienststellen ab, wenn auf Plakaten suggeriert wird, es gebe «Stress mit dem Kanton».

Es ist mittlerweile sattsam bekannt, dass es eine Ombudsstelle gibt, deshalb ist es verfehlt, mit Steuergeldern Werbung für diese Institution zu machen.

In diesem Zusammenhang bitte ich um Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Was kostet diese Kampagne?
2. Wird diese Werbung aus dem ordentlichen Budget der Ombudsstelle finanziert?
3. Erfolgen Anträge auf Erhöhung des Stellenplafonds und des Budgets an den Grossen Rat, falls sich - verursacht durch dies Werbekampagne - mehr Leute bei der Ombudsstelle melden?
4. Ist das Personal der Ombudsstelle aktuell nicht ausgelastet?
5. Wer hat entschieden, dass eine solche Kampagne durchgeführt werden soll?
6. Es dürfte auch andere Altersgruppen geben, welche die Ombudsstelle wenig in Anspruch nehmen, sind entsprechende weitere Werbekampagnen zu erwarten?
7. Ist den Verantwortlichen der Ombudsstelle bewusst, dass diese Kampagne kein gutes Licht auf die Arbeit der Mitarbeitenden der kantonalen Verwaltung wirft, ja sogar diese desavouiert?
8. Ist den Verantwortlichen der Ombudsstelle bewusst, dass mit Blick auf eine vermutete Vielzahl unberechtigter Reklamationen durch das anvisierten Zielpublikums zusätzlicher administrativer Aufwand generiert wird?

Lukas Faesch