

Sitzung vom 26. März 2025

315. Anfrage (Steuergelder für Imagepflege)

Kantonsrätin Sonja Rueff-Frenkel, Zürich, sowie die Kantonsräte Andreas Juchli, Russikon, und Mario Senn, Adliswil, haben am 13. Januar 2025 die folgende Anfrage eingereicht:

In letzter Zeit wurde die Bevölkerung im Kanton Zürich mit Podcasts, Imagefilmen, Umweltkrimifolgen und weiteren Publikationen beglückt. Allesamt sollen sie den Auftrag haben, die Bevölkerung darüber zu informieren, was die entsprechenden Direktionen und Stellen machen.

In der letzten Budgetdebatte hat die Regierung wiederholt mitgeteilt, dass der Kanton sparen muss und dass deshalb wichtige Investitionsvorhaben zeitlich nach hinten verschoben werden. Gleichzeitig werden die dringend benötigten Steuergelder für Imagepflege ausgegeben.

Vor diesem Hintergrund stellen sich in Bezug auf die Propagandamittel die folgenden Fragen:

1. Wie viele Mittel wurde in den letzten vier Jahren für mediale Propaganda-/Werbemittel (wie eingangs aufgeführt sowie für allfällig weitere Massnahmen) eingesetzt? Bitte um Auflistung nach Direktionen, Ämtern und Art der Massnahmen.
2. Wie hat sich der Gesamtbetrag dieser Aufwendungen in den letzten zehn Jahren entwickelt?
3. Was ist die gesetzliche Grundlage für diese Imagepflege? Was ist die Absicht für die Imagepflege? Wie wird die «Zielerreichung» gemessen?
4. Wer wurde jeweils für die Realisierung dieser Massnahmen beauftragt? Wie verlief der Prozess bei der Auftragserteilung und wurde auch eine Realisierung durch eigenes Personal (z. B. durch Lernende) geprüft?
5. An welcher Stelle im Budget werden diese Ausgaben berücksichtigt?
6. Wie beurteilt der Regierungsrat solche Aufwendungen mit Blick auf die Ausgabenpriorisierung? Inwiefern plant er, entsprechende Aufwendungen in den nächsten Rechnungsjahren zu verringern?
7. Das Kantonale Steueramt gab ca. CHF 85 000.00 für einen Imagefilm aus. Wie stellt sich der Regierungsrat zum Vorwurf, dass dadurch eine Ungleichbehandlung mit der Privatwirtschaft entsteht? Stellt dies eine regelrechte Mittelverwendung (der Steuergelder) dar?

8. Wie stellt sich der Regierungsrat zum Vorwurf, dass mit solchen Massnahmen ein Wetttrüben zwischen den Direktionen bzw. Ämtern um die Gunst und das Wohlgefallen in der Bevölkerung entsteht?
9. Ist der Regierungsrat nicht der Meinung, dass er mit grosser Disziplin sämtliche unnötigen Ausgaben, bspw. für solche Imagefilme, aber bspw. auch für den Druck von Publikationen, verhindern muss? Und wie stellt der Regierungsrat sicher, dass sich solche und ähnliche Geschehnisse nicht mehr zutragen werden?

Auf Antrag der Finanzdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Sonja Rueff-Frenkel, Zürich, Andreas Juchli, Russikon, und Mario Senn, Adliswil, wird wie folgt beantwortet:

Zu Fragen 1–9:

Die Öffentlichkeitsarbeit des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung stützt sich auf die gesetzlichen Vorgaben. Das in Art. 17 der Kantonsverfassung (KV, LS 101) verankerte Öffentlichkeitsprinzip gibt jeder Person das Recht auf Zugang zu amtlichen Dokumenten und Informationen. Weiter hält Art. 49 KV die Pflicht zu staatlicher Transparenz ausdrücklich fest und verpflichtet die Behörden, von sich aus und auf Anfrage über ihre Tätigkeiten zu informieren, soweit nicht überwiegende öffentliche oder private Interessen entgegenstehen. Gemäss § 9 des Gesetzes über die Organisation des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung (LS 172.1) pflegt der Regierungsrat die Beziehungen zur Öffentlichkeit. Er sorgt für eine koordinierte und kontinuierliche Information der Öffentlichkeit und für eine offene Kommunikation in der Verwaltung. Schliesslich schreibt das Gesetz über die Information und den Datenschutz (IDG; LS 170.4) unter anderem vor, dass die Information der Öffentlichkeit durch die kantonale Verwaltung «rasch, umfassend und sachlich» zu erfolgen hat (Transparenzprinzip gemäss § 4 IDG). Dass dabei auch zeitgemässe Kommunikationsmittel wie Videos oder Podcasts verwendet werden, ist ein Gebot der Zeit.

Gemäss § 5 Abs. 1 des Personalgesetzes (LS 177.10) bestimmt der Regierungsrat die Personalpolitik. Diese soll dem Kanton geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen und erhalten, die qualitätsorientiert, verantwortungsbewusst und kooperativ handeln (lit. b). Um dieses Ziel zu erreichen, ist auch Imagepflege erforderlich. Die Imagepflege des Kantons Zürich verfolgt das Ziel, die Attraktivität des Kantons als Arbeitgeber sowie der jeweiligen Berufsbilder auf dem Arbeitsmarkt zu steigern. Dies soll dazu beitragen, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und langfristig an den Kanton zu binden.

Ein Wettstreit zwischen den Direktionen und Ämtern findet in keiner Weise statt. Die von der Politik bestellten Leistungen werden in unterschiedlichen Direktionen und Ämtern angeboten. Um das gewünschte Publikum zu erreichen, benötigt es auch eine passende Ansprache. So können die Vorgaben von Verfassung und Gesetz verwirklicht werden. Investitionen in Image- und Kommunikationsmassnahmen für eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit stellen für den Kanton Zürich einen wichtigen Mehrwert dar. Ein professionell gestaltetes Image fördert die Transparenz und stärkt das Vertrauen der Bevölkerung und trägt dazu bei, die Leistungen und Aufgaben der Verwaltung nachvollziehbar zu vermitteln. Selbstverständlich wird dabei mit den vorhandenen Mitteln verantwortungsbewusst umgegangen.

Mediale Propaganda- und Werbemittel im Sinne der Anfrage produzieren der Regierungsrat und die kantonale Verwaltung dagegen nicht.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Finanzdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Die Staatsschreiberin:
Kathrin Arioli