

**ANFRAGE** Susanne Brunner (SVP, Zürich) und Ursula Junker (SVP, Mettmenstetten)

Betreffend        Kampagne «Facts Matter»

---

Im Auftrag der Kantone Zürich (Direktion für Justiz und Inneres), St. Gallen und Luzern läuft die Kampagne «Facts Matter». Die Kampagne soll betreffend die Gefahren von Desinformation im Netz sensibilisieren. Gemäss den Auftraggebern soll die Kampagne darauf abzielen, kritisches Denken zu fördern, das Vertrauen in digitale Nachrichten zu stärken und die Medienkompetenz zu erhöhen. Denn gemäss den auftraggebenden Kantonen gefährden Desinformationen unser Zusammenleben und die Demokratie. Auf der Website factsmatter.ch informieren die Kantone Zürich, St. Gallen und Luzern, dass sie ein Zeichen für kritisches Denken und Verantwortung setzen wollen und «Facts Matter» laufend weiterentwickeln und durch zusätzliche Inhalte ergänzen wollen.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Regierungsrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Seit wann läuft die Kampagne «Facts Matter» und für welche Dauer ist sie geplant?
2. Welches sind die Zielgruppen der Kampagne?
3. Auf welchen Kanälen läuft die Kampagne, und wie sind die Reichweiten der Kampagne auf den einzelnen Kanälen?
4. Läuft die Kampagne mit Geo-Targeting im Raum der drei auftraggebenden Kantone?
5. Welchen finanziellen Aufwand leistet der Kanton Zürich für diese Kampagne, falls über mehrere Jahre, pro Kalenderjahr?
6. Wie messen die Kantone Zürich, St. Gallen und Luzern, ob die Kampagne das Vertrauen in die Demokratie stärkt?
7. Wie ermitteln die drei Kantone, wie und ob unser Zusammenleben von der Kampagne verändert wird? Welche Kenngrössen werden herangezogen? Wird eine Veränderung der Kriminalitätsraten / Jugendkriminalitätsraten erwartet?
8. Der Regierungsrat will mit der Kampagne «Facts Matter» gegen Desinformation vorgehen. Wie und wo sieht der Regierungsrat die Abgrenzung zwischen freier Meinungsäusserung und falschen Informationen?
9. Ist der Regierungsrat der Meinung, dass die Volksschule im Kanton Zürich die Kinder zu mündigen Bürgern ausbildet und Bürgern, welche sich in der Medienwelt zurechtfinden können? Wenn ja, wie schätzt der Regierungsrat das finanzielle Engagement für «Facts Matter» ein in einer Medienwelt, welche einem ständigen Wandel unterworfen ist, und gleichzeitigem ständigen Wandel des Nutzerverhaltens?

Susanne Brunner  
Ursula Junker