

12. März 2014

Schriftliche Anfrage

von Alecs Recher (AL)

Die VBZ fällt in der Regel auf mit äusserst humorvollen Werbekampagnen, die nicht nur ausgezeichnet wurden, sondern auch in der Bevölkerung gut ankommen. Allgemein fällt auf, dass die VBZ nun aber vermehrt Kampagnen fährt, die sehr geschlechterstereotyp bis sexistisch aufgebaut sind. So sollen sich beispielsweise in der neusten Kampagne zur Anwerbung von weiblichen Mitarbeiterinnen Frauen angesprochen fühlen durch Bezeichnungen wie „charmante Dessous-Verkäuferin“, „flinke Kellnerinnen“ oder „Fussreflexzonen-Masseusen“. Oder Frauen sollen mit der VBZ fahren, denn „es gibt noch Männer, die pünktlich sind, galant die Tür aufmachen und euch nach dem Ausgang unaufdringlich nach Hause bringen.“

Der Stadtrat wird gebeten zu folgenden Fragen Stellung zu nehmen:

- 1) Welche Bilder der Geschlechter und insbesondere von Frauen sowie dem Verhältnis zwischen den Geschlechtern will der Stadtrat mit städtischen Kampagnen generell zeichnen?
- 2) Ist er der Meinung, dass die VBZ-Kampagnen den sonstigen Bestrebungen der Gleichstellungsarbeit der Stadt Zürich entsprechen?
- 3) Ist er der Meinung, dass die VBZ-Kampagnen in ihrem Gesamteindruck den Kriterien der Fachstelle für Gleichstellung Stadt Zürich, insbesondere dass kein schablonisiertes Bild der Geschlechter gezeigt werden soll, gerecht wird? Falls ja: Bitte um eingehende Begründung.
- 4) Wer hat diese Kampagnen abgesegnet? Wie ist die Geschlechterverteilung in diesen Gremien?
- 5) Wird bei Kampagnen, die mit Geschlechterrollen und –stereotypen (versuchen zu) spielen die Fachstelle für Gleichstellung im Vorfeld begrüsst?
- 6) Sind aus der Bevölkerung Feedbacks auf diese VBZ-Kampagnen eingegangen? Wenn ja: welcher Art und bei wem (VBZ, Fachstelle für Gleichstellung, etc.)?

