

Schlussbericht 2025

«16 Tage gegen Gewalt an Frauen»

Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen



Lancierungsaktion auf dem Bahnhofplatz Bern als Auftakt der 16 Tage, Bern, 25. November 2025, Foto: Nathalie Jufer

Organisation	Frieda www.frieda.org
Projekt	Grösste zivilgesellschaftliche Kampagne zur Sensibilisierung und Prävention von Gewalt an Frauen und geschlechtsspezifischer Gewalt
Zielgruppen	Gewaltbetroffene, Jugendliche, Fachpersonen, Medienschaaffende, Öffentlichkeit
Ort	Nationale Umsetzung in der ganzen Schweiz und Liechtenstein
Kontakt	Anna-Béatrice Schmaltz anna-beatrice.schmaltz@frieda.org Falkenhöheweg 8 • Postfach 9281, 3001 Bern Telefon +41 31 300 50 67
IBAN	CH11 0900 0000 3000 7924 5

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassender Rückblick auf eine erfolgreiche Kampagne	3
1.1 Ausgangslage: Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen	7
2. Zielgruppen und Ziele	9
2.1 Zielgruppen der Kampagne 2025	9
2.2 Ziele der Kampagne 2025	9
3. Umsetzung der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025	11
4. Die wichtigsten Massnahmen	15
5. Materialien	29
6. Zielerreichung und Erfolge der Kampagne im Jahr 2025	31
6.2 Die 16 Aktionstage in Zahlen seit 2017	40
7. Unterstützung und Dank	42

1. Zusammenfassender Rückblick auf eine erfolgreiche Kampagne

Gemeinsam für eine gewaltfreie Gesellschaft

Frieda – die feministische Friedensorganisation (ehemals cfd) koordinierte 2025 zum 18. Mal die erfolgreichen «16 Tage gegen Gewalt an Frauen». Die Kampagne ist während den letzten 18 Jahren kontinuierlich gewachsen und hat an Reichweite gewonnen. So kann wertvolle und effektive Präventionsarbeit geleistet werden. Das Fokusthema der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025 war «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen». Mit diesem Fokus wurde beleuchtet, welchen Einfluss die Überschneidung von Geschlecht und Behinderungen auf die täglich erlebte Gewalterfahrung von Betroffenen hat. Hierbei wurde die Bedeutung von individuellen Unterstützungen sowie strukturelle und kollektive Verantwortungsübernahme betont.

Die Kampagne «16 Days of Activism Against Genderbased Violence» (16 Tage gegen Gewalt an Frauen) wurde 1992 ins Leben gerufen und wird von Organisationen wie UN Women oder der World Health Organisation (WHO) getragen und in über 180 Ländern weltweit umgesetzt. Frieda – die feministische Friedensorganisation (ehemals cfd) hat die Kampagne 2008 in die Schweiz geholt.

Während der Projektphase der Kampagne (März 2025 – Ende Februar 2026) hat Frieda die Koordination der Dachkampagne inne. Hierfür koordiniert Frieda zahlreiche Aktivitäten sowie eine grosse Social Media Kampagne, stellt diverse Materialien zur Verfügung, organisiert Partner*innensitzungen, vernetzt Organisationen und vermittelt Fachwissen zu geschlechtsspezifischer Gewalt und zum Fokusthema. Gemeinsam mit den Partner*innenorganisationen (teilnehmende Organisationen) wird jährlich ein neues Fokusthema in Bezug auf geschlechtsspezifische Gewalt gewählt, um damit einen spezifischen Aspekt von geschlechtsspezifischer Gewalt zu beleuchten und zur Sensibilisierung und Prävention beizutragen. Die Aktionsphase umfasst die 16 Tage zwischen dem 25. November (Internationaler Tag gegen Gewalt an Frauen) und dem 10. Dezember (Internationaler Menschenrechtstag).

2025 wurden zusammen mit mehr als 350 Organisationen und über 250 Veranstaltungen durchgeführt, um Wissen zu vermitteln, Unterstützungsangebote bekannter zu machen und gemeinsam für eine gewaltfreie Gesellschaft einzustehen. Es beteiligten sich Fach- und Beratungsstellen, Schutzunterkünfte, kantonale und städtische Stellen, Bildungsinstitutionen, Menschen- und Frauenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, Frauenvereinigungen, Streikkollektive, aktivistische Gruppen, Selbstvertreter*innen aus dem Bereich Behinderungen, Geschäfte, Kirchgemeinden, Spitäler sowie Parteien. Die Veranstaltungen fanden sowohl online als auch vor Ort in der ganzen Schweiz statt. 2025 wurde die Dachkampagne zum dritten Mal auch in der Romandie und dem Tessin koordiniert und mehrsprachig durchgeführt. Dies erweiterte den Wirkungsbereich, da die Aktionen und Veranstaltungen in allen Regionen der Schweiz durchgeführt werden konnten.

Ziel der Kampagne 2025 war es, die Zielgruppen über das Fokusthema **«Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen»** sowie allgemein über geschlechtsspezifische Gewalt in der Schweiz zu sensibilisieren, individuelle sowie kollektive Unterstützungsmöglichkeiten für Gewaltbetroffene aufzuzeigen, die Zivilbevölkerung zu informieren, Anlaufstellen und

Unterstützungsangebote bekannter zu machen, Prävention voranzutreiben, die Komplexität rund um Gewaltdynamiken zu erläutern, Sensibilisierung im Bereich Behinderungen und Zugänglichkeit zu fördern sowie den Diskurs in der Öffentlichkeit anzuregen.

Die Ziele der Kampagne wurden alle erreicht:

- Dank der **Durchführung von 258 Veranstaltungen und Aktionen** konnte das Thema durch zahlreiche Formate (Lesungen, Social Media Posts, Podien, Verteilaktionen, Theater, Konzerte, Webinare, Installationen, etc.) sehr breit behandelt werden. Durch die zahlreichen Partner*innen wurden auch Menschen an dezentralen und peripheren Orten erreicht. Die **Mehrsprachigkeit** der Kampagne machte die Inhalte der Aktionen, Materialien und Informationen einem breiteren Publikum niederschwellig und in der ganzen Schweiz zugänglich. Dieses Jahr wurden die Zugänglichkeit und Barrierefreiheit zusätzlich gestärkt. Durch die Bandbreite der verschiedenen Partner*innenorganisationen konnten neue und zuvor nichtinkludierte Zielgruppen erreicht und die Reichweite insgesamt erhöht werden.
- Das Thema «geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» wurde in der Schweiz bisher nur von wenigen Fachorganisationen beleuchtet und bearbeitet. Durch die «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» konnte **Wissen verbreitet**, Sensibilisierung auch bei Fachpersonen und Fachorganisationen, die generell zu geschlechtsspezifischer Gewalt arbeiten gestärkt und Expert*innen und Selbstvertreter*innen eine Plattform geboten werden. Geschlechtsspezifische Gewalt an Menschen mit Behinderungen kann nur verhindert werden, wenn Wissen über spezifische Lebensrealitäten vorhanden ist.
 - **Zugänglichkeit und Barrierefreiheit** wurden verstärkt thematisiert. **Vernetzung** zwischen Fachpersonen aus dem Bereich geschlechtsspezifische Gewalt und dem Bereich Behinderungen konnte ermöglicht werden.
- **Frieda hat während der Kampagne zwei eigene Veranstaltungen organisiert:** Mit einer Lesung und einem Online-Forum konnte das Thema «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» auf unterschiedliche Art beleuchtet und Wissen verbreitet werden. Durch die gut besuchten Veranstaltungen konnten Informationen und Hintergründe zu geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen vermittelt und Anlaufstellen bekannter gemacht werden.
- Das Thema Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen und die «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» wurden in **542 Artikeln und Berichterstattungen in Schweizer Medien (und Liechtenstein)** aufgegriffen. An der Medienkonferenz zum Start der Aktionstage nahmen 15 Medienschaffende online via Zoom und vor Ort teil. Über die Aktionstage wurde breit berichtet: In vielen grösseren Medien wie SRF, 20 Minuten, Blick, Le Courrier, WOZ und watson.ch sowie lokalen Medien.
- Durch eine **crossmediale Kommunikation** gelang es, die Kampagne für eine breite Schweizer Öffentlichkeit stark ins Licht zu rücken. Die Social-Media-Postings der «16

«Tage gegen Gewalt an Frauen» wurden zwischen dem 1. Oktober und dem 10. Dezember 2025 insgesamt mehr als 3,9 Millionen Mal angesehen – eine beeindruckende Zahl der Aufrufe, die zeigt, wie viele Menschen sich mit dem Thema auseinandergesetzt haben. Dies ist besonders wichtig, da die Thematik sonst kaum beleuchtet wird.

- Die Follower-Zahl der **Social-Media-Kanäle** nahm in den letzten Jahren stetig zu und erreichte 2025 einen Gesamtwert von 18'327 Follower auf allen Kanälen. Die grössere Reichweite leistet einen relevanten Beitrag zur Gewaltprävention und Sensibilisierung.
- Mehrere **Erklärvideos zu «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen»**, die von Frieda produziert und in den sozialen Medien verbreitet wurde, legte Fakten, Hintergrundinformationen, Zusammenhänge und Forderungen niederschwellig dar und setzen einen Fokus auf das Thema Behinderungen. Die Videos erzielten in den sozialen Medien eine Reichweite von über 316'100.
- Der **Auftritt der Website und die Gestaltung des Kampagnenmaterials** hatte zum Ziel, weiterhin ein breites sowie spezifisch ein junges Publikum anzusprechen. Durch den Online-Veranstaltungskalender sind die Inhalte niederschwellig und einfach zugänglich. Der Online-Veranstaltungskalender ermöglichte den Partner*innen, ihre Veranstaltungen selbst einzutragen, was die Flexibilität der Partner*innen erhöhte. Durch eine Filterfunktion konnten Veranstaltungen und Aktionen nach Sprache, Regionen und/oder Format gesucht werden, was die Übersicht erleichterte. Auch bewirkte die Möglichkeit, die wichtigsten Inhalte der Kampagne in «Leichter Sprache» abzurufen, dass die Kampagne barrierefreier und zugänglicher ist. Die Materialien mit den Motiven der Kampagne kamen auch 2025 gut an und waren am Ende der Kampagne fast ausverkauft. Bei Bestellungen wurden häufig Materialien in verschiedenen Sprachen bestellt, was die Relevanz der Mehrsprachigkeit der Kampagnenmaterialien verdeutlichte. Das Material wird von Organisationen sowie vermehrt auch von einer grossen Anzahl Einzelpersonen bestellt. Der grafische Auftritt der Website und die Gestaltung der Materialien wirkt klar und verständlich und behält gleichzeitig seinen Wiedererkennungswert.
- DécadréE und Frieda haben dieses Jahr erneut zusammen einen **Katalog von Empfehlungen für Journalist*innen, Partner*innenorganisationen, Medienschaffende und Interessierte** herausgegeben für eine verantwortungsvolle Berichterstattung über Gewaltbetroffene und spezifisch Menschen mit Behinderungen. DécadréE, das Institut für Forschung und Ausbildung zur Gleichberechtigung in den Medien, hat den Katalog kreiert und Frieda hat ihn angepasst und auf Deutsch und Italienisch übersetzt.
- Im Rahmen unserer Bemühungen um eine verantwortungsvolle und sensible Berichterstattung fand eine **Medienschulung zum Thema «Berichterstattung über geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen »** statt. Ziel der Schulung war es, Journalist*innen und Medienschaffenden Werkzeuge an die Hand zu geben, um eine informative, diskriminierungssensible und respektvolle Berichterstattung zu gewährleisten, die den Schutz und die Würde von Betroffenen wahrt. Die Schulung wurde von

hochqualifizierten Expertinnen geleitet, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus verschiedenen Perspektiven einbrachten. Die Veranstaltung war ein wichtiger Schritt, um die Medienarbeit in diesem sensiblen Bereich zu professionalisieren und eine Berichterstattung zu fördern, die zur Aufklärung und Prävention beiträgt.

- Den Zielgruppen standen **verschiedene Möglichkeiten offen, um sich an der Kampagne zu beteiligen**, sich zu solidarisieren, zu informieren und öffentlich für eine gewaltfreie Gesellschaft einzusetzen. Die Lancierungsaktion der Dachkampagne ermöglichte in Bern, dass aktiv ein Zeichen gesetzt werden konnte. Via Social Media wurden zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten geboten. Das Kampagnenmaterial wie Plakate, Postkarten, Buttons oder Stickers wurde sehr oft bestellt. Die über 250 Veranstaltungen zu «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» und zum Thema geschlechtsspezifischer Gewalt waren schweizweit gut besucht.
- **Die Partner*innenorganisationen waren laut Evaluation zufrieden mit der Koordination der Kampagne in der Deutschschweiz** durch Frieda – die feministische Friedensorganisation. So gaben alle Teilnehmenden an der Umfrage an, dass sie die Kampagne allgemein gut (8) bis sehr gut (21) einschätzten. Das Fokusthema wurde von 23 als sehr relevant, von 6 als relevant und von 1 als teilweise relevant eingeschätzt. Der grafische Auftritt wurde von 18 als sehr gut, 14 als gut und zwei als befriedigend bewertet. Die Arbeit von Frieda wurde von 22 als sehr gut und von 5 als gut eingeschätzt.

Dank Ihrer Unterstützung konnte Frieda mit der Kampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» differenziert, lösungsorientiert, kreativ und bestärkend gemeinsam mit zahlreichen Menschenrechts- und Frauenorganisationen, Beratungs- und Interventionsstellen, Kirchgemeinden, kantonalen Fachstellen und Aktivist*innen deutlich machen, dass Gewalt an Frauen und geschlechtsspezifische Gewalt weltweit eine Menschenrechtsverletzung ist, die leider auch in der Schweiz viele Formen kennt, aber nicht toleriert werden darf. Spezifisch die geschlechtsspezifische Gewalt an Menschen mit Behinderungen, die sonst im Dunkeln bleibt, wurde aktiv thematisiert und wichtiges Wissen vermittelt. Dabei wurde nicht nur auf die Problematik verwiesen, sondern ebenfalls konkrete Lösungen und Lösungsansätze aufgezeigt. Damit konnten Frieda und die 367 Partner*innenorganisationen einen beispiellosen und wichtigen Beitrag zur Gewaltprävention leisten.

1.1 Ausgangslage: Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen

Das Fokusthema der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025 war «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen». Ziel war es, hervorzuheben, wie sich geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen überschneiden und sich dadurch die Gewaltbetroffenheit erhöht. Dabei standen sowohl individuelle Unterstützungsangebote als auch strukturelle und kollektive Verantwortungsübernahme im Fokus. Geschlechtsspezifische Gewalt ist kein isoliertes Phänomen, sondern Teil eines Kontinuums, das von Abwertung, Belästigung und psychischer Gewalt über Vergewaltigung bis hin zu Feminizid reicht. Allen Formen liegen gemeinsame Ursachen zugrunde: fehlende Gleichstellung, Diskriminierungen und patriarchale Strukturen.

Die Realität zeigt: Frauen und queere Menschen mit Behinderungen – besonders jene, die auf Unterstützung angewiesen sind, in Institutionen leben oder unsichtbare Behinderungen haben – erleben zwei- bis viermal häufiger Gewalt. Sie sind Übergriffen, Machtmissbrauch, Kontrolle und Vernachlässigung ausgesetzt – oft täglich. Trotzdem fehlen sie in den Statistiken und haben kaum Zugang zu Schutz oder Unterstützung. Ob sichtbare oder unsichtbare Behinderungen, chronische Krankheit oder altersbedingte Behinderungen – all das erhöht das Risiko, Gewalt zu erleiden. Gleichzeitig ist geschlechtsspezifische Gewalt in der Schweiz alltäglich – und dennoch bleibt sie ein Tabuthema. Nur ein Bruchteil der Fälle wird offiziell erfasst und dieses Gefälle ist bei Frauen und queeren Personen mit Behinderungen noch höher. Betroffene müssen nach wie vor Angst haben, nicht ernst genommen oder für das Erlebte mitverantwortlich gemacht zu werden.



Aktivist*in mit Schild an der Lancierungsaktion am 25.11.25, Foto: Nathalie Jufer

Doch damit sich etwas verändern und Frauen und queere Personen mit Behinderungen nachhaltig vor geschlechtsspezifischer Gewalt geschützt und langfristige Verbesserungen in der Gesellschaft, bei Fachpersonal und Unterstützungsangeboten erreicht werden kann, braucht es Daten, die die Realität aufzeigen. Diese Daten und Statistiken fehlen in der Schweiz bis heute.

Gewalterfahrungen sind individuell, doch Prävention und Bekämpfung müssen kollektiv erfolgen. Entscheidend ist, wie die Gesellschaft auf Gewalt reagiert, denn dies beeinflusst massgeblich, ob Gewalt verhindert und Betroffene unterstützt werden. In der Schweiz sind dringend Massnahmen erforderlich, um Gewaltbetroffenen bestmögliche Unterstützung zu bieten. «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» erfordern eine umfassende und gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit, denn diese Gewalt ist nicht unsichtbar, sondern wird oftmals ignoriert. Jegliche Gewalt darf nicht länger ignoriert, verharmlost oder individualisiert werden. Stattdessen müssen Betroffene gehört, Präventionsmassnahmen gestärkt, Unterstützungsangebote ausgebaut und die gesellschaftliche Verantwortung klar benannt werden. Nur so können Betroffene geschlechtsspezifischer Gewalt, die mit Behinderungen leben, optimal unterstützt und Wege in ein gewaltfreies Leben ermöglicht werden.

Gemeinsam mit den Partner*innenorganisationen wurden Forderungen ausgearbeitet. Dabei steht die Unterstützung von Gewaltbetroffenen und die Verhinderung von Gewalt im Zentrum.

Die **Forderungen der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025**, um geschlechtsspezifische Gewalt an Menschen mit Behinderungen zu verhindern, sind:

1. **Sichtbarkeit und Wissen:** Die geschlechtsspezifische Gewalt, von der Menschen mit Behinderungen betroffen sind, muss benannt und sichtbar gemacht werden. Es braucht Daten, Forschung und zugängliche Statistiken, die nach Geschlecht, Behinderungsart usw. aufgeschlüsselt werden und verständlich sind. So kann die Realität der Gewalt nicht mehr ignoriert werden.
2. **Barrierefreier Zugang:** Es muss sichergestellt werden, dass alle Unterstützungs- und Schutzangebote (physisch und digital) – Opferhilfestellen, Frauenhäuser – sowie der Zugang zur Justiz ohne physische, sensorische, sprachliche, kognitive, administrative oder soziale Barrieren möglich sind. Opferhilfestellen und Frauenhäuser müssen angemessen finanziert werden, um diesen Zugang tatsächlich zu gewährleisten.
3. **Ausbildung stärken:** Fachpersonen aus Gesundheit, Sozialarbeit, Justiz und Bildung müssen zu den spezifischen Realitäten geschlechtsspezifischer Gewalt an Menschen mit Behinderungen ausgebildet werden. Diese Schulungen müssen gemeinsam mit den Betroffenen entwickelt werden, um wirklich passend zu sein. Weiter muss der Gesundheitssektor gestärkt, seine strukturellen Grenzen anerkannt und das Personal, das direkt mit Betroffenen arbeitet, angemessen unterstützt werden.
4. **Erweiterung der Definition häuslicher Gewalt:** Die Definition häuslicher Gewalt muss auf das nahe soziale Umfeld erweitert werden, einschliesslich Pflegeeinrichtungen, Heime und familiäre Kontexte. Diese Gewaltformen müssen rechtlich anerkannt und mit demselben Schutz wie im partnerschaftlichen Kontext versehen werden. Strukturelle Gewalt muss anerkannt werden. Es braucht Massnahmen, um diese Gewalt zu verhindern.
5. **Bildung, Medien und Repräsentation:** Es braucht schulische Bildung, die auf Gleichstellung, Vielfalt und Inklusion basiert, um Mythen und Stereotype abzubauen. Medien müssen respektvoll, ethisch, ohne Klischees berichten und den Betroffenen eine Stimme geben.
6. **Inklusiver Rechtsrahmen:** Die gesetzlichen Normen zu geschlechtsspezifischer Gewalt müssen angepasst und die spezifischen Belange von Menschen mit Behinderungen einbezogen werden.
7. **Inklusion:** Die aktive und kontinuierliche Beteiligung von Menschen mit Behinderungen und ihrer Organisationen in allen Phasen der Konzeption, Umsetzung und Bewertung von Massnahmen zur Bekämpfung von geschlechtsspezifischer Gewalt muss sichergestellt werden.
8. **Lebenswahl und Selbstbestimmung:** Es muss anerkannt werden, dass die Autonomie von Menschen mit Behinderungen in einem vernetzten sozialen Umfeld ausgeübt wird. Weiter muss das Recht garantiert werden, frei über Wohnort, Wohnform, Begleitpersonen und soziale Beziehungen zu entscheiden. Es müssen die notwendigen Mittel bereitgestellt werden, um dies tatsächlich umsetzen zu können.

2. Zielgruppen und Ziele

2.1 Zielgruppen der Kampagne 2025

Die Kampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» richtete sich 2025 an folgende Zielgruppen:

- **Gewaltbetroffene**
- **Jugendliche und junge Erwachsene**
- **Fachpersonen**
- **Medienschaffende**
- **Öffentlichkeit**

2.2 Ziele der Kampagne 2025

Die Ziele der Kampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025 wurden wie folgt festgelegt:

Prävention und Empowerment fördern

Öffentliche Diskussion über Gewalt an Frauen ist angeregt und dadurch effektive Verhinderung von Gewalt gestärkt.

Während der Kampagne ist die Thematik in allen Sprachregionen Teil des öffentlichen Diskurses.

Tabuthemen sind angesprochen und Gewaltprävention ist gestärkt.

Jugendliche und junge Frauen sind aktiv in die Präventionskampagne eingebunden. Sie sind ermächtigt, sich mit den Ursachen und Auswirkungen geschlechtsspezifischer Gewalt auseinanderzusetzen.

Generationenübergreifend positiven Vorbildern ist eine geeignete Plattform geboten.

Vernetzung schweizweit stärken

Ein schweizweites nachhaltiges Netzwerk zwischen Fachpersonen, relevanten Akteur*innen und Organisationen zur Prävention und Verhinderung von geschlechtsspezifischer Gewalt ist über die Sprachgrenzen hinweg aufgebaut.

Die Zusammenarbeit durch regelmässige Treffen und Austauschplattformen ist gestärkt.

Der fachliche Austausch sowie Wissenstransfer sind gefördert.

Fundierte Inhalte verbreiten und Sensibilisierung stärken

Die Zielgruppen sind durch fundierte Inhalte erreicht.

Die Zielgruppen sind über das Ausmass und die Formen von Gewalt an Frauen / geschlechtsspezifischer Gewalt informiert.

Faktenbasierte Ansätze in der Prävention sind hervorgehoben.

Gewaltbetroffene sind mit bestehenden Unterstützungsangeboten vertraut.

Bewusstsein für geschlechtsspezifische Gewalt und deren Dynamiken ist bei den Zielgruppen geschärft.

Mehrsprachige Kommunikation sicherstellen, Barrierefreiheit und Zugänglichkeit stärken

Der inklusive Einbezug der drei Sprachregionen (DE, FR, IT) ist sichergestellt.

Durch Social Media wird eine breite mehrsprachige Zielgruppe erreicht.
Barrierefreiheit und Zugänglichkeit von Veranstaltungen und den Inhalten der Kampagne sind gefördert.

Die Ziele sowie die Zielerreichung werden ab Seite 31 ausführlich beschrieben und evaluiert.

3. Umsetzung der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025

Vernetzung und Koordinationsaufgaben: Während dem Zeitraum der Dachkampagne von März bis Ende Februar koordinierte Frieda die Aktivitäten von insgesamt 367 Partner*innenorganisationen. Davon hat eine Mehrheit der Organisationen, eigene Veranstaltungen oder Aktionen organisiert. Die restlichen Organisationen haben sich anderweitig z.B. in Form von Materialbestellung, Teilen von Aufrufen, Beiträgen und Veranstaltungen oder in Form von ideeller und solidarischer Werteteilung die Kampagne unterstützt. Gemeinsam mit den Partner*innen wurden vier Sitzungen abgehalten, um zusammen das Fokusthema, den visuellen Auftritt, Inhalte der Dachkampagne, die Kampagnenmaterialien festzulegen und Wissensvermittlung zum Fokusthema anzubieten. Die Sitzungen dienten auch der Vernetzung der Partner*innenorganisationen und wurden bei Bedarf in Gebärdensprache übersetzt.

Zwei nationale Sitzungen dreisprachig mit allen Partner*innen im 1. Halbjahr:

- online, auf Deutsch und Französisch mit Italienischer schriftlicher Simultanübersetzung
- Festlegung des Fokusthemas, inhaltlicher Fokus und grafischer Auftritt.
- An der ersten Sitzung waren 77 und an der zweiten 62 Organisationen dabei.

Zwei inhaltliche Sitzungen nach Sprachregionen getrennt im 1. und 2. Halbjahr:

- online
- inhaltlicher Austausch und Vernetzung
- Referat von Expert*innen zum Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen, Barrierefreiheit: Seraina Caviezel HSLU, New Ability, Denise Carniel
- An der ersten Sitzung auf Deutsch nahmen 44 und an der zweiten Sitzung 48 Organisationen teil.
- An der ersten Sitzung auf Französisch nahmen 11 und an der zweiten Sitzung 16 Organisationen teil.
- An der ersten Sitzung auf Italienisch nahmen 15 und an der zweiten Sitzung 7 Organisationen teil.

Weiter fand im 1. Halbjahr eine Sitzung mit den kantonalen Koordinationen der Deutschschweiz statt, um die Zusammenarbeit zu vertiefen und auszubauen.

Zudem wurden die Partner*innen regelmässig per Mail über den Stand der Kampagne und über theoretische Grundlagen informiert. Dies ermöglichte einen guten Austausch. Ausserdem standen die Mitarbeiterinnen der Kampagne für persönliche Beratungen und Anliegen der Partner*innen zur Verfügung. Zusätzlich standen für die Partner*innen diverse Materialien und Informationen exklusiv zur Verfügung: ausführliche Informationen und theoretische Grundlagen zum Fokusthema, Materialien und Vorlagen, die einen einheitlichen Auftritt fördern und sowohl die interne Kommunikation als auch die Bewerbung von Veranstaltungen nach aussen unterstützen.

Die Koordination von über 350 Partner*innenorganisationen in der ganzen Schweiz erforderte viele zeitliche Ressourcen. Dafür standen folgende Stellenprozente zur Verfügung:

- Koordination Gesamtkampagne und Deutschschweiz März bis Februar 60%
- Koordination Romandie und Tessin März bis Februar 60%

- Kommunikation Tessin 20%
- Online-Kommunikation 20%
- Praktikum August bis Januar 50%

Die Frieda-Mitarbeiter*innen sind für die Dachkampagne in der gesamten Schweiz zuständig. Sie förderten die Vernetzung, erarbeiteten die Strategie und den Rahmen der Dachkampagne, Inhalte und Konzepte, erstellten Texte, leisteten theoretische Grundlagenarbeit, erarbeiteten eine umfassende Informationsbroschüre und sorgten für die Verbreitung von Wissen rund um das Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen, organisierten und bestellten das Kampagnenmaterial, arbeiteten mit externen Dienstleister*innen zusammen, bearbeiteten die Website, erarbeiteten und koordinierten das Social Media-Campaigning, organisierten Veranstaltungen zum Fokusthema und stellten die Medienarbeit, das Fundraising und die Verbreitung der Kampagne sicher. Administrative Aufgaben wie Versand der Kampagnenmaterialien, Zustellung von Rechnungen und Buchhaltung gehörten ebenfalls zu den Aufgaben der Mitarbeiter*innen. Durch die langjährige Durchführung der Aktionstage hat Frieda als Gesamtorganisation viel Erfahrung und Wissen in der Gewaltprävention und der Koordination der 16 Aktionstage akkumuliert. Dieses Wissen ist extrem wertvoll.

Die Partner*innen konnten im Rahmen einer Evaluation Rückmeldungen zu den 16 Aktionstagen geben. An der freiwilligen Evaluation haben sich 29 Partner*innen aus der Romandie und der Deutschschweiz beteiligt. Dies ist im Vergleich zu den über 350 teilnehmenden Organisationen nur eine kleine Rückmeldung. 21 schätzten die Kampagne als „sehr gut“ und 8 als „gut“ ein. Das Fokusthema wurde als sehr relevant (23), relevant (6) und teilweise relevant (1) eingeschätzt.

Die Arbeit, die durch Frieda geleistet wurde, wurde als „sehr gut“ (22) eingeschätzt. Fünf Personen gaben „gut“ an. Diese Rückmeldungen entsprechen jenen der letzten Jahre. Die Zufriedenheit ist somit konstant hoch.

Begleitgruppe: In diesem Jahr wurde die Kampagne von einer Exper*innengruppe aus dem Bereich geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen begleitet. Sie haben das Kampagnenteam mit ihrem Wissen und Engagement unterstützt und die Sensibilisierung und Prävention mit ihrer Expertise gestärkt. Die Begleitgruppe bestand aus dem Netzwerk Avanti, Agile, New Ability, Céline Witschard von Vision Positive und Marah Rikli als Expertin und pflegende Angehörige. Inhaltliche Entwicklungen und Entscheidungen wurden, wenn immer möglich in Absprache mit der Begleitgruppe getroffen, damit Selbstvertreter*innen und Organisationen mit Fachwissen eine starke Stimme in der Kampagne hatten. Die Zusammenarbeit mit der Begleitgruppe führte zu einer Akkumulierung von Wissen, mehr Barrierefreiheit, einer Stärkung der Anti-Diskriminierungssensibilität, einem stärkeren Einbezug von Selbstvertreter*innen und einer grösseren Vernetzung. Die Zusammenarbeit mit der Begleitgruppe war für die Umsetzung der Kampagne mit dem spezifischen Fokusthema sehr wertvoll.

Bildungs- und Netzwerksarbeit: Mit dem diesjährigen Fokusthema war es dem Kampagnenteam ein besonderes Anliegen, die Bildungs- und Netzwerksarbeit als einen Fokus zu legen. Um dies umzusetzen und den verschiedenen Zielgruppen sowie Partner*innen die Vernetzung

zu ermöglichen wurden verschiedene Ansätze gewählt. Wie bereits erwähnt hatten die Partner*innenorganisationen im Rahmen der Sitzungen die Möglichkeit, sich über die Sprachregionen und verschiedenen Schwerpunkte hinaus zu vernetzen. Weiter wurde die Wissensvermittlung durch die Aufbereitung von Grundlagenarbeit, der ausführlichen Informationsbroschüre und Fachinputs an Sitzungen gestärkt. Die verschiedenen Bildungsangebote waren sehr willkommen und wurden von den Partner*innen rege genutzt und geschätzt. Selbstvertreter*innen-Gruppen und Organisationen aus dem Bereich geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen wurden aktiv auf die Kampagne aufmerksam gemacht. Die Begleitgruppe, insbesondere das Netzwerk Avanti und der Verein Agile wurde häufig für Veranstaltungen und von Medien angefragt, was das Fokusthema auf verschiedenen Ebenen präsenter gemacht hat.

Die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen, haben die Bildungs- und Netzwerksarbeit innerhalb der Kampagne weiter gefördert:

- Zwei Mitarbeiterinnen der Kampagne haben am 13.9.2025 an einem Verbundenheitsmarkt im Rahmen einer Veranstaltung in der Dampfzentrale mit Schwerpunkt gegen geschlechtsspezifische Gewalt und für Verbundenheit teilgenommen. Dort konnten sie auf die Kampagne und das Fokusthema aufmerksam machen. Anhand des Rads der Privilegien konnten sich Teilnehmende des Marktes mit Diskriminierungen und Privilegien und deren Überschneidungen auseinandersetzen. Des Weiteren konnte dort der Austausch mit bestehenden und neuen Partner*innen gepflegt und somit weitere Netzwerks- und Bildungsarbeit gemacht werden.
- Im Rahmen eines Projekttag an einer Kantonsschule im Kanton Zürich am 10.12.2025 dem internationalen Tag der Menschenrechte, hat eine Mitarbeiterin einen Input über die Kampagne, das Fokusthema und sexualisierte und geschlechtsspezifische Gewalt für eine Klasse gehalten. Durch diesen Input und den Austausch im Anschluss daran konnten Jugendliche über das Thema der Kampagne informiert und sensibilisiert werden.
- Ein wichtiger Moment für die Stärkung des Netzwerks in der Westschweiz war die Teilnahme von Frieda an der ersten Versammlung der feministischen Organisationen und Frauenverbände der Westschweiz am 15. Mai 2025, die von der Stiftung für die Gleichstellung der Geschlechter organisiert wurde. In diesem Rahmen leitete eine Mitarbeiterin des Kampagnenteams einen Workshop zum Thema Netzwerkarbeit und trug so zur Sichtbarkeit der Kampagne und zur Koordinierung zwischen den Verbänden bei.
- Eine wichtige Erkenntnis der Kampagne ist, dass es in der Schweiz nur sehr wenige Organisationen und Expert*innen gibt, die sich speziell mit geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen befassen. Das Netzwerk Avanti ist in der Deutschschweiz Pionierin. Als Reaktion darauf wurde in Genf in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partner*innen (École de travail social de Genève, Fondation pour l'égalité de genre, EPI, Réseau Transition, Französisches Kollektiv Les Dévalideuses) ein Netzwerkanlass zum Thema Validismus organisiert. Am 12.12. fand in Genf die Veranstaltung «Über die Normen hinaus» – Ein Workshop zur Dekonstruktion von Validismus statt. Die Veranstaltung stiess auf grosses Interesse, insbesondere bei direkt betroffenen Personen, und zielte darauf ab, über den Rahmen der Kampagne hinauszugehen, um nachhaltige

Sensibilisierungsmassnahmen zu initiieren. Mehr zu der Veranstaltung findet sich unter dem Punkt 4 bei der Veranstaltungsaufzählung.

Veranstaltungen und Aktionen: Es fanden über 250 Veranstaltungen und Aktionen wie Lesungen, Workshops, Tagungen, Strassenaktionen, Filmpodien und Diskussionsrunden zu der Thematik «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» oder generell zu geschlechtsspezifischer Gewalt in der ganzen Schweiz statt. Durch das breite Angebot konnten unterschiedliche Zielgruppen erreicht werden. Die Veranstaltungen fanden regional vor Ort aber auch online statt.

Die einzelnen Veranstaltungen und Aktionen erreichten zwischen 4 und 200 Personen. Die Aktionen sprachen breite und unterschiedliche Zielgruppen an (z.B. gewaltbetroffene Personen, Jugendliche und junge Erwachsene, Schüler*innen, Passant*innen, Öffentlichkeit, breite Bevölkerung, Angehörige von Gewaltbetroffenen, Fachpersonen, Mitarbeitende der Strafverfolgung, Medienschaffende etc.). Die angesprochenen Gruppen stimmten mit den Zielgruppen der Kampagne 2025 überein (vgl. Zielgruppen und Ziele der Kampagne 2025).

In der Evaluation ihrer Veranstaltungen gaben die Partner*innen an, dass sie folgende Wirkungen erzielen konnten: Information, Sensibilisierung, Empowerment, Motivation sich für das Thema zu engagieren und etwas zu ändern, Sichtbarkeit eines tabuisierten Themas, Diskussionen angeregt,

Mit national insgesamt 258 Aktionen und Veranstaltungen konnten zentrale Ziele wie Prävention, Information, Sensibilisierung, Vernetzung, Empowerment sowie die Entwicklung von Lösungsansätzen für eine gewaltfreie Gesellschaft für alle erreicht werden. Die breite regionale Verankerung und die diversen Aktivitäten sorgen dafür, dass das Thema eine hohe Sichtbarkeit erhält. Für viele Organisationen gehören die 16 Aktionstage mittlerweile fest zum Jahresprogramm. Dadurch bleibt die Thematik in vielen Regionen kontinuierlich präsent – ein entscheidender Faktor für den nachhaltigen Erfolg der Präventionsarbeit. Auch die Vernetzung zwischen Organisationen konnte gestärkt werden, denn eine Grosszahl der Veranstaltungen wurden durch mehrere Organisationen gemeinsam durchgeführt. Die Kampagne 2025 konnte gemeinsam mit den über 350 Partner*innenorganisationen **schweizweit Präventionsarbeit leisten, Sichtbarkeit und Sensibilisierung für die Thematik geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen sowie allgemein zu geschlechtsspezifischer Gewalt generieren, Organisationen vernetzen, Diskussionen anregen und prägen sowie den Einsatz gegen Gewalt an Frauen aktiv fördern und gestalten**. Auch die Barrierefreiheit konnte gestärkt werden. Durch die zahlreiche Teilnahme in diesem Jahr erreichte die Kampagne viel Sichtbarkeit und hatte ein starkes Gewicht.

Die Veranstaltungen und Aktionen fanden zum dritten Mal in der ganzen Schweiz statt. Die Aktionstage waren nicht nur in den grossen Städten, sondern auch an dezentralen Orten präsent. Folgend sind die Veranstaltungsorte aufgeführt.

Veranstaltungsorte

Genferseeregion (Région lémanique)

Bernex, Brig, Genf, Lausanne, Sitten

Espace Mittelland

Belp, Bern, Biel-Bienne, Burgdorf, Freiburg, Hofstetten-Flüh, Hondrich, La Chaux-de-Fonds, Langenthal, Langnau im Emmental, Neuenburg, Solothurn, Spiez

Nordwestschweiz

Aarau, Basel, Baden, Bremgarten, Birsfelden, Brugg, Frick, Laufenburg, Liestal, Oftringen, Olten, Rheinfelden, Solothurn, Zofingen

Region Zürich

Meilen, Winterthur, Zürich

Ostschweiz

Aadorf, Amriswil, Bad Ragaz, Buchs, Chur, Davos, Frauenfeld, Glarus, Kanton Graubünden, Herisau, Kreuzlingen, Lengwil, Münchwilen, Schaffhausen, St. Gallen, Rapperswil, Romanshorn, Rorschach, Samedan, Thusis, Trogen, Uznach, Weinfelden, Werdenberg, Wil

Zentralschweiz

Goldau, Immensee, Luzern, Steinen, Zug

Tessin (Ticino)

Bellinzona, Lugano, Mendrisio, Vacallo,

Liechtenstein

Schaan, Vaduz

Online

4. Die wichtigsten Massnahmen

Lancierungsaktion: Am Dienstag, 25. November 2025, fand die Lancierungsaktion auf dem Bahnhofplatz in Bern als Auftakt der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» statt.

Die Aktion startete mit dem Verteilen von Kampagnenmaterial wie Poster, Buttons und Postkarten an Passant*innen, um auf die Thematik aufmerksam zu machen. Danach wurde in kurzen Redebeiträgen über das Fokusthema und dessen Wichtigkeit gesprochen. Die Beiträge waren dreisprachig mit einer Gebärdensprachdolmetschung für die deutschen Beiträge und wurden von Expert*innen von Selbstvertreter*innen-Organisationen und Kampagnenmitarbeiterinnen gehalten (Anna-Béatrice Schmalz als Kampagnenleiterin der «16 Tage», Giorgia Bazzuri als Kommunikationsbeauftragte der «16 giorni», Namila Altorfer als Geschäftsleitung des Netzwerk Avanti und Alizée Rey als Verantwortliche Interessenvertretung und Networking von Agile). In der Rede von Namila Altorfer wurde auch das Rad der Privilegien vorgestellt, welches verschiedene Ebenen von Diskriminierung und Privilegien und deren Überschneidungen aufzeigt. Die Auseinandersetzung mit dem Rad der Privilegien lädt dazu ein, die eigene Privilegien und

Diskriminierungserfahrungen einzuordnen und zu erkennen, dass Menschen mit verschiedenen Lebensrealitäten unterschiedliche Erfahrungen mit Privilegien und Diskriminierungen machen können. Dies hat auch einen Einfluss darauf, wie vulnerabel Personen sind und wie einfach oder schwierig der Zugang zu Schutz und Unterstützung bei Gewalt ist.



Lancierungsaktion auf dem Bahnhofplatz Bern, Foto: Nathalie Jufer

Dreisprachig gestaltete Plakate mit eindringlichen Slogans «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen. Nicht unsichtbar. Sondern ignoriert.», dem Key Visual und dem Kampagnenlogo prägten das Bild der Aktion und sollten damit Passant*innen auf den Start der Kampagne und das Fokusthema hinweisen. Die Gesamtorganisation der Lancierungsaktion hatte das Kampagnenteam von Frieda inne.

Mit der Aktion konnte ein motivierter Auftakt in die Kampagne gemacht werden und die Teilnehmer*innen zeigten gemeinsam eindrucksvoll, dass der Kampf gegen Gewalt an Frauen und queeren Menschen mit Behinderungen und gegen geschlechtsspezifische Gewalt in unser aller



Impressionen der Lancierungsaktion in Bern am 25.11.25, Fotos: Nathalie Jufer



Verantwortung liegt und somit eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist, die entschlossenes Handeln und strukturelle Veränderungen erfordert. An der Aktion nahmen 80 Personen teil.

«Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» Lesung und Diskussion: Laura Leupi hat im Buch «Das Alphabet der sexualisierten Gewalt» einen intersektionalen Blick auf Erfahrungen der sexualisierten Gewalt und hinterfragt den gesellschaftlichen Umgang mit diesen Themen. Basierend auf verschiedenen Ausschnitten aus Laura Leupis Buch wurden in der Podiumsdiskussion zusammen mit der Co-Geschäftsleitung des Netzwerks Avanti (Namila Altorfer und Edwin Ramirez) und der Moderatorin und Expertin Marah Rikli, das Fokusthema besprochen und aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet. Die Lesung fand am 2. Dezember im GLEIS in Zürich mit über 40 Besucher*innen statt.



Podiumsdiskussion und Lesung aus dem Buch «Das Alphabet der sexualisierten Gewalt», Foto: Nathalie Jufer

Online Forum «Körper im Widerstand: Geschlecht, Behinderungen und Gewalt kritisch analysieren»: Als Abschluss der 16 Aktionstage am 10.12. fand ein Online-Forum, organisiert von Frieda, statt. Mit dem Forum «Körper im Widerstand: Geschlecht, Behinderungen und Gewalt kritisch analysieren» beleuchtete Frieda umfassend eine Realität, die noch zu oft übersehen wird: die Gewalt, der Frauen und queere Menschen mit Behinderungen ausgesetzt sind. Das Forum bot einen Ort des Austausches, um eine Bestandsaufnahme vorzunehmen, Best Practices sichtbar zu machen und vor allem Brücken zu schlagen zwischen den Bereichen geschlechtsspezifische Gewalt, Gleichstellung und Behinderungen, die bislang selten gemeinsam diskutiert wurden. Um gemeinsam für eine gerechtere und inklusivere Schweiz einzustehen, wurden verschiedene Expert*innen und Fachpersonen in vier thematischen Blöcken eingeladen. Im Block 1 ging es darum, die Realität zu verstehen und zusammen mit Namila Altorfer vom Netzwerk Avanti, Alizée Rey von Agile und Sophie Pecourt von Handicap International eine Bestandsaufnahme zu machen. Im Block 2 ging es um Handeln vor Ort mit Anja Derungs vom Frauenhaus Zürich, Miriam Staudenmaier von Limita und Coline de Senarclens von Empowr. Im Block 3 lag der Fokus darauf, wie Bilder und Stereotype sich verändern können mit der Aktivistin Denise Carniel, Valérie Vuille von DécadréE und Violeta Ferrer vom Verein A la Vista. Und im abschliessenden Block 4 wurde Widerstand durch Kunst mit der Aktivistin und Künstlerin Jasmin Polsini besprochen.

Rund 55 Fachpersonen nahmen insgesamt an den verschiedenen Programmblöcken teil. Das

Forum richtete sich insbesondere an Fachpersonen und Organisationen und hatte zum Ziel, Expertisen sichtbar zu machen sowie einen übergreifenden Dialog anzustossen. Die Teilnahme erfolgte über Zoom ohne Kamera oder Mikrofon, um einen niederschweligen und zugleich geschützten Austauschraum zu ermöglichen. Das Forum wurde mit Simultanübersetzung auf Deutsch, Französisch sowie in Deutschschweizer und Französischer Gebärdensprache durchgeführt und aufgezeichnet. Die Aufzeichnung wird für die weitere Bildungsarbeit aufbereitet und interessierten Fachpersonen im Nachgang zur Verfügung gestellt.

Mit dem Forum schuf Frieda Raum für Networking, eine Bestandsaufnahme und Aufwertung bestehender Praktiken in der Schweiz, unter Einbezug von Organisationen, Expert*innen, Selbstvertreter*innen und Künstler*innen. Dadurch wurde nicht nur Wissen vermittelt, sondern bestehende Netzwerke gestärkt und neue fachliche Verbindungen angestossen. Das niederschwellige Format und die spätere Bereitstellung der Aufzeichnung ermöglichten eine nachhaltige Verbreitung und die Stärkung von Wissen und Sensibilisierung zur Thematik.

«Über die Normen hinaus» – Ein Workshop zur Dekonstruktion von Ableismus: Diese Veranstaltung fand am 12.12.2025 in Genf statt und wurde zusammen mit dem Französischen Kollektiv «Les Dévalideuses» durchgeführt. Der Workshop «Au-delà des normes» widmete sich der Dekonstruktion von Ableismus und dessen Verflechtung mit geschlechtsspezifischer Gewalt. Aufbauend auf konkreten Alltagssituationen arbeiteten die rund 60 Teilnehmenden aus Aktivismus, Wissenschaft, Fachpraxis und Zivilgesellschaft gemeinsam heraus, wie ableistische Strukturen in Institutionen, Arbeitskontexten und zwischenmenschlichen Beziehungen wirksam werden. Im Zentrum stand dabei nicht nur die Sensibilisierung, sondern auch die Frage nach veränderbaren Praktiken und kollektiven Handlungsstrategien. In thematischen Vertiefungsgruppen – u.a. zu Selbstverteidigung, Grundrechten und Netzbildung – wurden konkrete Ansätze für weiteres Engagement entwickelt. Die Veranstaltung wurde von der Journalistin Bathsheba Huruy begleitet und im *Le Courrier* (14.12.2025) ausführlich dokumentiert.¹

Medienschulung «Berichterstattung über geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen»: Medien tragen entscheidend dazu bei, Bewusstsein für geschlechtsspezifische Gewalt zu schaffen. Sie beleuchten Themen, die sonst unsichtbar bleiben. Ein Bereich, der bislang zu wenig Beachtung findet, ist die Gewalt an Frauen mit Behinderungen. Um die Reproduktion von Diskriminierungen und Stereotypen zu verhindern, Prävention und Sensibilisierung zu stärken, ist eine sensible und fundierte Berichterstattung zentral. Um Medienschaffende zu sensibilisieren und ihnen Wissen zu vermitteln, wurde eine Schulung für Medienschaffende online via Zoom für 1.5 Stunden angeboten. Die Schulung fand separat in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch statt. Neben den Inputs gab es Raum für Austausch.

An der Deutschen Schulung teilten folgende Expert*innen ihr Wissen zu geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen: Namila Altorfer (Co-Geschäftsleitung Netzwerk Avanti), Natalia Widla (Journalistin, Autorin und Expertin für geschlechtsspezifische Gewalt) und Marah Rikli (Journalistin, Aktivistin und pflegende Angehörige).

Es nahmen 19 Personen teil.

Die Schulung auf Französisch wurde vom Institut DécadréE organisiert und von dessen Geschäftsleiterin Valérie Vuille moderiert. Gemeinsam mit Malick Reinhard, Journalist, und Céline

¹ <https://lecourrier.ch/2025/12/14/deconstruire-le-validisme/>

Witschard, Journalistin und Gründerin von Vision Positive. Anhand konkreter Fallbeispiele wurden problematische Narrative analysiert und differenzierte Handlungsempfehlungen für eine inklusive und verantwortungsvolle Berichterstattung formuliert. Die 19 Teilnehmenden hatten zudem Raum für vertiefende Fragen und Austausch.

Die Schulung für italienischsprachige Medien fand online statt. 18 Personen nahmen teil.

Die Schulung wurde von der Journalistin Sharon Bernardi moderiert und Denise Carniel (Aktivistin und Journalistin) sowie Jacopo Melio (Aktivist, Journalist und Autor) waren zu Gast. Sie haben über ihre Erfahrungen als Journalist*innen mit Behinderung gesprochen und die Verbindung zwischen Behinderungen, Darstellung in den Medien und geschlechtsspezifischer Gewalt näher beleuchtet.

Orange Days: Während der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» machen rund um den Globus orange beleuchtete Gebäude auf geschlechtsspezifische Gewalt aufmerksam. Im öffentlichen Raum zeigt dies symbolisch auf, dass diese Gewaltform nicht toleriert wird.

Unsere Partner*innenorganisationen Soroptimist International Schweiz sowie Zonta International Schweiz organisierten auch dieses Jahr mit ihren Lokalgruppen schweizweit orange Beleuchtungen von Gebäuden und Sehenswürdigkeiten im öffentlichen Raum.

Website: Auf der Website www.16tage.ch/www.16jours.ch/www.16giorni.ch sind alle zentralen Informationen der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» aufgeführt: Informationen zum Fokus-thema «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen», Unterstützungsangebote für Gewaltbetroffene, Angehörige und Tatpersonen, Veranstaltungskalender mit allen Veranstaltungen und Aktionen, Möglichkeit zur Bestellung von Material und vertiefte Informationen zu geschlechtsspezifischer Gewalt auch in leichter Sprache. Die teilnehmenden Organisationen können sich direkt via Website als Partner*innen anmelden und als angemeldete Partner*in auch Veranstaltungen in den Veranstaltungskalender eintragen. Besonders zentral ist der Veranstaltungskalender, in dem alle Veranstaltungen und Aktionen der Partner*innen eingetragen sind. Die zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen können nach Rubrik, Sprache und/oder Region gefiltert werden. Die Website wurde vom 1. Oktober bis 10. Dezember 19'400 Mal besucht. Die Website kommt bei den Partner*innen sowie bei der Öffentlichkeit gut an. Sie wurde in der Evaluation von 18 Partner*innen als «sehr gut» und 9 als «gut» eingeschätzt. Lediglich drei fanden den Auftritt «befriedigend». An der Website werden somit weiterhin Optimierungen vorgenommen.



Website der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen»

Toolbox für Partner*innen: Zur Unterstützung der Vorbereitung von Veranstaltungen und Aktionen wurde eine zentrale Informationsplattform als Toolbox für die Partner*innen eingerichtet. Auf dieser exklusiven Partner*innen-Webseite konnte vorab auf das Kampagnenmaterial zugegriffen werden. Die Plattform wurde kontinuierlich mit neuem Material ergänzt und bot zusätzliche und vertiefte Informationen zum diesjährigen Fokusthema «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» und eine Anleitung mit Hinweisen für die barrierefreie/barrierearme Veranstaltungsorganisation. Bereits zu Beginn standen Logo und Keyvisual sowie die Farbcodes der diesjährigen Kampagne zum Download bereit, um die Gestaltung eigener Kommunikationsmaterialien zu erleichtern. Weiter wurde eine Druckvorlage für einen Flyer sowie eine Flyer-Vorlage und ein, die selbst bearbeitet werden konnte, sowie eine bearbeitbare Vorlage für Social Media Posts zur Verfügung gestellt, mit denen Organisationen ihre Veranstaltungen bewerben konnten. Die bereitgestellten Materialien und Werkzeuge haben dazu beigetragen, die Planung und Umsetzung der zahlreichen Aktionen zu erleichtern und die Sichtbarkeit der Kampagne zu erhöhen.

Faktenblatt / Informationsbroschüre: Die wichtigsten Informationen, theoretischen Grundlagen und Statistiken zu geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen, einschliesslich der relevanten Hintergründe und Zusammenhänge, wurden in einer Informationsbroschüre aufbereitet und Partner*innenorganisationen, Medienschaffenden sowie weiteren Interessierten auf der Website zugänglich gemacht. Folgende Themen wurden in der 19-seitigen Informationsbroschüre behandelt: Sprachgebrauch und Begriffsklärungen, rechtliche Grundlagen und internationale Übereinkommen, strukturelle Gewaltdimension und Intersektionalität, Statistiken und Zahlen zu geschlechtsspezifischer Gewalt, häusliche Gewalt, Gewalt im sozialen Nahraum, Gewalt am Arbeitsplatz, sexualisierte Gewalt, Anlauf und Beratungsstellen. Das Faktenblatt/die Infobroschüre ist auf Italienisch, Deutsch und Französisch verfügbar. Sie wurde an alle Partner*innen verschickt, in der Medienkommunikation erwähnt und auf der Website veröffentlicht. Zudem wurden die wesentlichen Fakten als Posts in den sozialen Medien geteilt, um sie einem jüngeren und breiteren Publikum zugänglich zu machen. Zur Erweiterung der Reichweite

wurden in drei Erklärvideos spezifische Informationen aus dem Faktenblatt und die Forderungen der Kampagne auch in Videoform auf Social Media präsentiert. Dabei wurden die Fakten vom 16-Tage-Team erläutert. Diese Videos, die als Content-Format eingesetzt wurden, erzielten eine Reichweite von 316'173 Views und sorgten für grosse Aufmerksamkeit. Für die Gewaltprävention ist es von entscheidender Bedeutung, dass Fakten, Hintergründe und Zusammenhänge zu Gewalt bekannt sind, um diese effektiv zu verhindern. Darüber hinaus wurde in den sozialen Medien besonders auf die verfügbaren Unterstützungsmöglichkeiten hingewiesen. Gerade zur Thematik geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen gibt es wenig verfügbares Wissen in der Schweiz. Umso wichtiger ist eine verständliche und klare Aufbereitung.



Faktenpostings auf Social Media zu den verschiedenen Aspekten von geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen

Videos zu «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen»: Im Rahmen der «16

Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025 lag ein wichtiger Fokus auf der Information und Sensibilisierung der Bevölkerung über das Ausmass und die verschiedenen Formen von geschlechtsspezifischer Gewalt an Menschen mit Behinderungen. Die Zielsetzung war es, mit den vier Videos unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen und verschiedene Aspekte der Schnittstelle von geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen aufzuzeigen. Gerade auch weil die Thematik sonst sehr selten beleuchtet wird. Die Videos gaben einen Einblick in die Realität von Frauen mit Behinderungen, einen Überblick über die Arbeit einer Anlaufstelle, zeigten auf wie sich bereits aktivistisch im Bereich des Fokusthemas eingebracht wird und wie Selbstvertreter*innen-Organisationen arbeiten und warum ein intersektionaler Blick auf die Thematik bedeutend ist. Um die Zielsetzung zu erreichen, wurden im Rahmen der Kampagne vier Videos produziert, die sich in Interviewform mit verschiedenen engagierten Personen beschäftigten. Der Fokus lag dabei auf einem kollektiven Ansatz und einer Hervorhebung der individuellen Perspektive von Selbstvertreter*innen, um dadurch die Bedeutung gemeinschaftlicher Solidarität und Unterstützung in den Vordergrund zu stellen und eine Realität aufzuzeigen, die bereits zu lange ignoriert und unsichtbar gemacht wurde.



Ausschnitt aus dem Video mit dem Co-Präsidium des Netzwerk Avanti

Video 1: Interview mit dem Co-Präsidium des Netzwerk Avanti auf Deutsch

In diesem Video wird die Arbeit des Netzwerk Avanti vorgestellt, das an der Schnittstelle zwischen Gender und Behinderungen arbeitet. Im Interview erklären sie die Wichtigkeit einer intersektionalen Betrachtung von Gewalterfahrungen an Menschen mit Behinderungen. Der intersektionale Ansatz zeigt sich in ihrer Arbeit, indem sie jede Realität und alle unterschiedlichen Erfahrungen, die Menschen mit geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen machen, in den Fokus setzen. Mit solch einer Betrachtung werden die individuellen Erfahrungen hervorgehoben und gleichzeitig die kollektive Verantwortung angesprochen. Hier wird besonders der Intersektionalitäts-Aspekt betont – das sichtbar machen aller Realitäten und die Gemeinschaft als Weg, die eigenen Erlebnisse zu verarbeiten und sichtbar zu machen.

Video 2: Interview mit Anja Derungs der Stiftung Frauenhaus Zürich auf Deutsch

Im zweiten Video wird die Arbeit des Frauenhauses Zürich in Bezug auf das Fokusthema vorgestellt. Es wird aufgezeigt, dass jeder Fall unterschiedlich ist und das Frauenhaus deshalb auf jeden Fall individuell eingehen muss. Dafür braucht es aber Ressourcen und Wissen. Barrierefreiheit bedeutet, auf unterschiedlichen Ebenen Zugänglichkeit zu schaffen. Hier geht es um die Relevanz der Anlaufstellen und die Hürden, die bis heute im Bereich Barrierefreiheit bestehen, auch wenn der Wille auf alle Betroffenen individuell einzugehen, vorhanden ist.



Ausschnitt aus dem Video mit der Geschäftsführerin der Stiftung Frauenhaus Zürich

Video 3: Interview mit Alizée Rey von Agile auf Französisch

Das dritte Video beleuchtet die Arbeit von Agile, einer Organisation, die sich auf politischer Ebene für die Inklusion von Menschen mit Behinderungen einsetzt. Im Interview wird betont, dass es noch an Stimmen von Menschen mit Behinderungen in der öffentlichen Debatte fehlt. Das wirkt sich bis heute auf die gelebten Realitäten aus. Mit diesem Video soll aufgezeigt werden, was bereits auf unterschiedlichen Ebenen unternommen wird, um die Inklusion von Menschen mit Behinderungen voranzutreiben und geschlechtsspezifische Gewalt an ihnen zu verhindern. Das Video soll eine Einladung zum persönlichen Handeln sein und aufzeigen, welche Bedeutung auch der Aktivismus von nicht betroffenen Menschen hat.



Ausschnitt aus dem Video mit der Verantwortlichen Interessenvertretung und Networking von Agile

Video 4: Interview mit der Aktivistin Denise Carniel auf Italienisch

Im vierten Video stehen die Erfahrung der Aktivistin und Selbstvertreterin Denise Carniel im Fokus. Sie zeigt auf, dass es noch einen weiten Weg zu gehen gibt, da Menschen mit Behinderung, die geschlechtsspezifische Gewalt erleben, noch zu wenig mitgedacht werden. Es wird betont, dass Frauen und queere Menschen mit Behinderungen auf allen Ebenen mit einbezogen werden müssen, um wirklich barrierefreie Räume zu schaffen. Hier stehen die persönliche Erfahrung und der Aufruf zum Handeln im Vordergrund. Das Interview zeigt auf, dass es kollektive Arbeit und ein gemeinsames Hinschauen braucht um in der Zukunft die Lebensrealitäten von Menschen mit Behinderungen, die geschlechtsspezifische Gewalt erleben, sichtbarer zu machen und diese Gewalt zu verhindern.



Ausschnitt aus dem Video mit der Aktivistin Denise Carniel

Die Produktion der Videos erfolgte in Zürich, Bern und Bellinzona. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Mehrsprachigkeit durch Untertitel und die verschiedenen Interviewpartner*innen gewährleistet wurde, sodass die Inhalte in verschiedenen Sprachregionen und auch für Menschen mit Hörbehinderungen zugänglich sind. Diese Videos hatten nicht nur die Funktion, das Bewusstsein für das Thema zu schärfen, sondern auch die Sichtbarkeit der Problematik zu erhöhen und den Austausch über Unterstützungsangebote zu fördern.

Die ungefähr je 90 Sekunden langen Videos wurden im Hochformat produziert, um das beste Abspielresultat auf mobilen Geräten zu erzielen. In den sozialen Medien wurden die Videos auf Instagram, Facebook, YouTube und auf TikTok verbreitet. Mit einer Reichweite von insgesamt 402'870 (Zeitraum 1.10.2025 bis 10.12.2025) erreichten die Videos ein grosses Publikum. Durch die Verbreitung der Videos wurden sowohl Gewaltbetroffene als auch die allgemeine Bevölkerung über die Bedeutung von Unterstützung und Hilfsangeboten informiert. Gleichzeitig

wurde die Wichtigkeit einer solidarischen Gemeinschaft betont, die es den Betroffenen ermöglicht, aus der Gewalt auszubrechen und ihre Erfahrungen öffentlich zu machen.

Online Campaigning: Die Social-Media-Plattformen der Kampagne – Facebook, Instagram, TikTok und YouTube – wurden das ganze Jahr über regelmässig genutzt, mit einer Intensivierung der Aktivitäten kurz vor und während der 16 Aktionstage. In dieser Zeit wurden die Kanäle mehrmals täglich bespielt und erzielten ein deutliches Wachstum an Follower- und Interaktionszahlen. Besonders bemerkenswert: Die Kampagne generierte in diesem Zeitraum über 3,9 Millionen Aufrufe.

Der Fokus des Online-Auftritts lag auf eigenproduzierten Inhalten wie dem Erklärvideo, faktenbasierten Beiträgen und vier Sensibilisierungsvideos zu geschlechtsspezifischer Gewalt. Ergänzend wurden Veranstaltungshinweise veröffentlicht und Follower täglich mit Stories über das Fokusthema sowie zu Unterstützungsangeboten informiert.

Soziale Medien sind zentrale Informations- und Distributionskanäle der Kampagne und tragen wesentlich zur Sensibilisierung bei. Sie bieten Möglichkeiten zur Vernetzung mit Fachstellen, Medien und weiteren Stakeholdern. Insbesondere jüngere Zielgruppen werden erfolgreich über Instagram und TikTok erreicht.

Die ganzjährige Präsenz auf Social Media stärkt die Sichtbarkeit der Kampagne, erweitert die Zielgruppe und schärft das Bewusstsein für geschlechtsspezifische Gewalt. Social-Media-Kanäle ermöglichen es, schnell auf gesellschaftliche und politische Entwicklungen zu reagieren, Informationen breit zu streuen und gewaltbetroffenen Personen niedrigschwellig Zugang zu Beratungsstellen zu bieten.

Die Integration von Online-Plattformen erhöht die Reichweite und Wirksamkeit der Präventionsmassnahmen, sei es durch die Verbreitung von Veranstaltungshinweisen, die Präsentation von Fakten zum Thema oder die direkte Interaktion mit Followern und Partner*innen. Insgesamt fördert die digitale Strategie eine kosteneffiziente und flexible Umsetzung der Kampagne, insbesondere während der Aktionstage vom 25. November bis 10. Dezember.

Die deutschsprachigen Kanäle verzeichneten ein Follower-Wachstum von 24% von 6'912 auf 8'569 Follower. Es wurden 309'944 Personen erreicht. TikTok wächst um 29,6%, von 622 auf 806 Follower. Es wurden 5'866 Personen erreicht. Facebook verzeichnete einen leichten Rückgang von 0,9%, von 5'587 auf 5'535 Follower. Es wurden 21'917 Personen erreicht. Die französischsprachigen Kanäle erreichten 2025 eine Followerzahl von 1200 auf Instagram und 35 auf Facebook. Die italienischsprachigen Kanäle erreichen 2025 eine Followerzahl von 1130 auf Instagram und 24 auf Facebook. (Zeitraum vom 01.10.2025 bis 10.12.2025)

Mit unterschiedlichen Beiträgen auf allen drei Kanälen konnte die Kampagne in den sozialen Medien insgesamt über 3.9 Millionen Menschen erreichen.

Folgend sind die Top-Beiträge auf Instagram nach Reichweite und Kanal aufgezeigt (Zeitraum 1.10.2025 bis 10.12.2025):

Kanal	Beitrag	Art	Reichweite
16 Tage gegen Gewalt an Frauen 	Faktenvideo	Reel	117'261
16 jours 	Fokusvideo	Video	83'535
16 giorni 	Faktenposting	Carousel	141'420

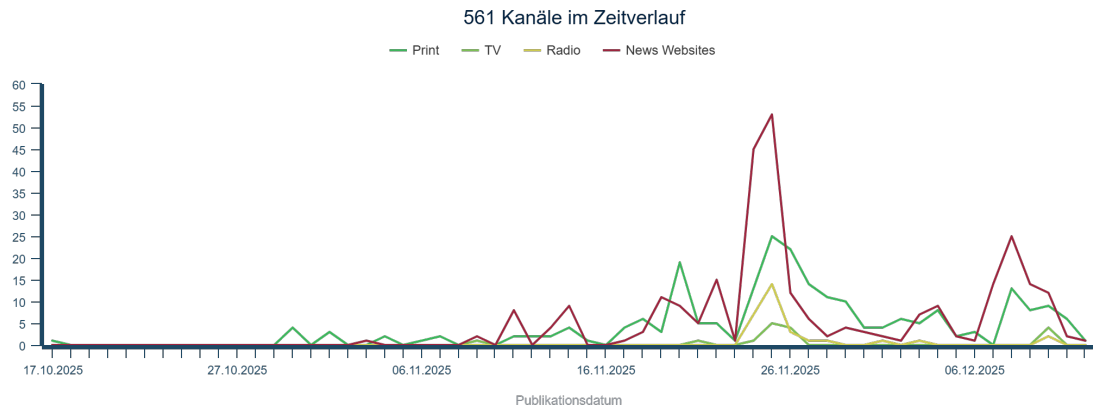
Medienkonferenz: Am 24. November fand anlässlich des Starts der 16 Aktionstage eine dreisprachige Medienkonferenz statt. Als Referent*innen haben Namila Altdorfer (Co-Geschäftsleitung Netzwerk Avanti), Denise Carniel (Aktivistin und Selbstvertreterin), Saphir Ben Dakon (Vizepräsidentin von Agile - der Schweizer Dachverband der Selbsthilfe- und Selbstvertretungsorganisationen von Menschen mit Behinderungen), Magali Ginet Babel (Direktorin EPI (Établissements publics pour l'intégration) und Islam Alijaj (Nationalrat SP) die Thematik «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» breit repräsentiert.

An der Medienkonferenz konnte entweder vor Ort oder via Online-Übertragung teilgenommen werden. Durch die Medienkonferenz wurde auf den Start der Aktionstage aufmerksam gemacht, und den Medienschaffenden wurden relevante Informationen rund um das Fokusthema dargelegt.



Medienkonferenz mit (v.l.) Isabel Vidal Pons (Verantwortliche 16 jours und 16 giorni), Giorgia Bazzuri (Kommunikationsbeauftragte der 16 giorni), Denise Carniel (Aktivistin und Journalistin), Saphir Ben Dakon (Vizepräsidentin des Dachverbands Agile), Magali Ginet Babel (Direktorin der EPI), Namila Altdorfer (Co-Geschäftsleitung Netzwerk Avanti), Anna-Béatrice Schmaltz (Kampagnenleiterin) und Islam Alijaj online dabei (Nationalrat)

Medienpräsenz: Die Aktionstage waren dieses Jahr präsenter denn je. In 542 Beiträgen in Print, Fernsehen, Radio und News-Websites wurden die «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» sowie das Fokusthema in allen Sprachregionen erwähnt. Durch die Medienpräsenz erhielt die Thematik eine grosse Reichweite.



Grafik mit der Häufigkeit der Medienbeiträge über den Zeitraum 17.10 bis 13.12.25

Wie in der Grafik ersichtlich, startete die Berichterstattung am 17.10 und dauerte bis zum 12.12. Eine breitere Berichterstattung begann am 18.11. und erreichte ihren Höhepunkt, und damit die grösste Berichterstattung am 24.11. mit der Medienkonferenz. Mit Ende der Kampagne ab dem 07.12. wurde nochmals vermehrt berichtet.

Es wurde 2025 in 542 Beiträgen über die 16 Aktionstage berichtet (2024: 739, 2023: 560, 2022: 519). Dies sind weniger Beiträge als 2024 aber in ähnlichem Niveau wie die Jahre davor. 2024 hat die Demonstration grosse Aufmerksamkeit erregt. Dies erklärt den Ausreisser.

Über die Aktionstage wurde in diversen Medien in der ganzen Deutschschweiz berichtet:

Aargauer Zeitung, Bieler Tagblatt, Blick, bluewin.ch, Bote der Urschweiz, Bündner Tagblatt, bz Basel, Corriere del Ticino, Le Courrier, Liechtensteiner Vaterland, Limmattaler Zeitung, Luzerner Zeitung, Nau.ch Radio Energy Basel, Bern und Zürich, Oltnet Tagblatt, Schaffhauser AZ, Schaffhauser Nachrichten, SRF, St. Galler Tagblatt, Tele Bern, Tele Top, Watson, WOZ, 20 Minuten.

La Regione, Keystone, Corriere del Ticino, Schaffhauser Nachrichten, Schaffhauser AZ, Oltnet Tagblatt und Liechtensteiner Vaterland berichteten gar in je 5 oder mehr Artikeln über die 16 Aktionstage. Der Tagesanzeiger hat via Instagram Kanäle Interviews mit Expert*innen zum Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen gepostet. Die Kampagnenleitung wurde für diverse Radiointerviews sowie Statements von Medien direkt angefragt.

Die lokale Medienarbeit der Partner*innen in den verschiedenen Regionen ist wichtig und hat einen grossen Effekt. Die Reichweite wird dadurch zusätzlich erhöht. Dank der starken Medienpräsenz konnte eine breite Öffentlichkeit erreicht und mit grosser Wirkung über das Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen, Ursachen sowie Lösungen informiert und sensibilisiert werden. Weiter konnte ein öffentlicher Diskurs angeregt und Unterstützungsangebote bekannter gemacht werden. Somit wird ein wichtiger Beitrag zur Prävention geleistet.

Kooperationen und Plattform für Expert*innen: Kooperationen und Zusammenarbeit der Partner*innenorganisationen sind wichtige Bestandteile der 16 Aktionstage. Kooperationen sind wichtige Instrumente, um Wissen und Erfahrungen über geschlechtsspezifische Gewalt und Learnings in der Gewaltprävention auszutauschen. Gerade im Themenfeld

geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen war ein Wissensaustausch und die Zusammenarbeit mit Expert*innen von grosser Relevanz. So können auch Veranstaltungen oder Aktionen entstehen, welche ohne Kooperation nicht zustande kommen würden. Dies bspw. aufgrund fehlender Ressourcen. Dadurch, dass verschiedene Partner*innen mit unterschiedlichen Ressourcen (von Kollektiven mit wenig Ressourcen zu kantonalen Fachstellen mit etablierteren Ressourcen) teilnehmen, können sich Organisationen unterstützen und zusammenschliessen, was auch die Reichweite des Zielpublikums vergrössert. Die Anzahl stieg im Vergleich zum letzten Jahr erneut an (2022: 40 Veranstaltungen, 2023: 47, 2024: 58). Dabei handelte es sich teilweise um grössere Kooperationen mit mehreren Partner*innen oder Kantonen und teilweise um kleinere Zusammenschlüsse, beispielsweise von zwei NGOs oder NGOs mit kantonalen Stellen. An zahlreichen Veranstaltungen kamen Expert*innen zu Wort. Wissen zu geschlechtsspezifischer Gewalt im Kontext Behinderungen konnte so aktiv vermittelt werden. Frieda arbeitete wie bereits erwähnt eng mit Expert*innen zum Thema Behinderungen zusammen und bot diesen an Veranstaltungen und Sitzungen sowie der Medienkonferenz und der Lancierungsaktion Plattformen, um ihr Wissen zu teilen.

Barrierefreiheit: Um die Zugänglichkeit der Kampagne zu erhöhen wurden folgende Massnahmen ergriffen:

- Grafik überarbeitet
- ALT Texte in den sozialen Medien
- Gebärdensprachdolmetschung an Sitzungen, der Lancierungsaktion und am Online-Forum
- Texte in Leichter Sprache auf der Website
- Flyer in Leichter Sprache
- Videos in Gebärdensprache



Gebärdensprachdolmetschung an der Lancierungsaktion 25.11.25 in Bern, Foto: Nathalie Jufer

5. Materialien

Die Materialien wurden auch 2025 rege bestellt. Durch die Materialien kann die Kampagne breit Aufmerksamkeit generieren, die Thematik kann unterschiedlichen Personen nahegebracht werden und es kann ein sichtbares und solidarisches Zeichen für eine gewaltfreie Gesellschaft gesetzt werden. Die Materialien konnten weiterhin direkt via Website bestellt und bezahlt werden.

Key Visual: Das Key Visual 2025 zeigt in Gebärdensprache (Deutsch, Französisch und Italienisch) «Stopp Gewalt». So wird einerseits das Thema Behinderungen direkt in den Fokus gerückt und andererseits die Gebärdensprache bekannter gemacht. Weiter wird Barrierefreiheit thematisiert und der gemeinsame Appell, für eine gewaltfreie Gesellschaft für alle einzustehen, wird sichtbar. Als Fokusfarbe wurde Türkis gewählt. Dieses wurde in der Kommunikation neben Pink und Orange aktiv genutzt.



Key Visual 2025

Poster: Das ansprechend gestaltete zweiseitige Poster bzw. Falt-flyer war als Präventionsmaterial zum Aufhängen, Auslegen oder Verteilen vorgesehen. Es beinhaltet Auskünfte zur Kampagne: detaillierte Informationen zum Thema Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen und zur nationalen Präventionskampagne sowie QR-Codes zu weiterführenden Informationen, Hinweise auf die sozialen Medien oder Veranstaltungstipps. Zudem war auf dem Poster ebenfalls eine umfassende Liste ersichtlich, an wen man sich im Falle von Gewalt wenden kann oder wie man sich als Einzelperson engagieren kann. Die Auflage betrug: 1300 Deutsch und je 100 Französisch und Italienisch.

Die Poster wurden auch an kulturelle Institutionen verschickt, wo diese aufgehängt wurden, was zu noch mehr Sichtbarkeit geführt hat. Weitere Poster wurden an Veranstaltungen verteilt.



Rückseite Poster 2025

Postkarte: Um breit auf die Kampagne und das Fokusthema aufmerksam zu machen, wurde mit einem zusätzlichen Visual eine ästhetische Postkarte erstellt. Die Postkarte zeigt mit verschiedenen Händen auf, dass wir uns gemeinsam engagieren müssen. Die Postkarte hatte eine Auflage von 8000 Stück. 3500 wurden durch Frieda gemeinsam mit der Zeitung verschickt, die restlichen wurden verteilt, bestellt und Bestellungen beigelegt.

Post-Its: Auch dieses Jahr wurden Post-Its angeboten. Durch ihre praktische Grösse eignen sie sich gut, um kurze Notizen festzuhalten und die Aktionstage so sichtbar zu machen.

Sticker und Stickerset: Um das Key Visual der Kampagne 2025 möglichst breit und optimal bekannt zu machen, wurden nachhaltig produzierte Sticker gedruckt. Die Sticker wurden verkauft und verteilt. Dieses Jahr gab es wieder ein Stickerset mit verschiedenen Motiven und mehrsprachigen Sprüchen.

Buttons: Das Tragen von Buttons ist in aktivistischen Bewegungen ein gängiges Mittel, um auf Anliegen hinzuweisen. Durch das Tragen der Buttons kann auf die Aktionstage sowie den gemeinsamen Einsatz gegen Gewalt an Frauen aufmerksam gemacht werden. Dieses Jahr wurde erneut neben den Buttons mit dem Logo der 16 Tage auch Buttons mit dem Key Visual erstellt.

Kreide: Mit den Kreiden kann im öffentlichen Raum auf das Thema geschlechtsspezifische Gewalt hingewiesen und so Sensibilisierung geleistet werden.

Girlande und Fahne: Neben den Fahnen auf Französisch und Italienisch wurde dieses Jahr neu eine mehrsprachige Girlande angeboten.



Poster und Girlande 2025

6. Zielerreichung und Erfolge der Kampagne im Jahr 2025

Die Ziele der Kampagne wurden wie folgt erreicht:

Ziele	Indikatoren zur Zielerreichung
<i>Prävention und Empowerment fördern</i> Öffentliche Diskussion über Gewalt an Frauen ist angeregt und dadurch effektive Verhinderung von Gewalt gestärkt. Während der Kampagne ist die Thematik in allen Sprachregionen Teil des öffentlichen Diskurses. Tabuthemen sind angesprochen und Gewaltprävention ist gestärkt. Jugendliche und junge Frauen sind aktiv in die Präventionskampagne eingebunden. Sie sind ermächtigt sich mit den Ursachen und Auswirkungen geschlechtsspezifischer Gewalt auseinanderzusetzen. Generationenübergreifend positiven Vorbildern ist eine geeignete Plattform geboten.	Zahlreiche Veranstaltungen der Partner*innen Zur Förderung der Prävention wurden im Rahmen der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» über 250 Veranstaltungen von Partnerorganisationen in der ganzen Schweiz organisiert. Die vielfältigen Aktivitäten reichten von Workshops und Vorträgen bis hin zu Aktionen im öffentlichen Raum und zielten darauf ab, die Bevölkerung für die Ursachen und Folgen geschlechtsspezifischer Gewalt zu sensibilisieren und Lösungsansätze aufzuzeigen. Das Thema Behinderungen wurde in zahlreichen Veranstaltungen aufgegriffen. Diese breite Beteiligung trug massgeblich dazu bei, Präventionsarbeit in der gesamten Schweiz sichtbar und erlebbar zu machen. Hohe Medienpräsenz Die Kampagne und das Thema geschlechtsspezifische Gewalt wurde in 542 Medienberichten aufgegriffen. Es konnte ein Bewusstsein für das Fokusthema und die Zusammenhänge von geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen geschärft und ein Diskurs dazu lanciert werden. Das Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen geht häufig unter und wird nicht thematisiert. Die Kampagne hat es geschafft, dass der Thematik mehr Aufmerksamkeit gegeben und darüber gesprochen wird. Über ein Thema zu sprechen, das sonst kaum präsent ist, ist ein wichtiger Teil von Gewaltprävention. Medienkonferenz Ein wichtiger Bestandteil der Präventionsarbeit war die Durchführung einer Medienkonferenz zum Auftakt der «16 Tage gegen Gewalt an Frauen». Die Konferenz wurde online übertragen, um eine möglichst breite Öffentlichkeit zu erreichen. An der Medienkonferenz beleuchteten Expert*innen, Selbstvertreter*innen und Aktivist*innen das Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen auf vielfältige Weise.

Gut besuchte Website

Die Website wurde während der Aktionstage über 19'400 Mal besucht (Zeitraum 1.10.2025 bis 10.12.2025). Die Besucher*innenanzahl ist im Vergleich zu 2024 deutlich gestiegen. Die diversen Informationen zu Gewaltformen, Behinderungen, Anlaufstellen und Veranstaltungen konnten durch die weiterentwickelte Gestaltung somit einem breiten Publikum verständlicher und einfacher zugänglich gemacht werden. Es wurde dieses Jahr verstärkt auf Zugänglichkeit und Barrierefreiheit geachtet.

Tabuthemen ansprechen

Die Kampagne rückte das Tabuthema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen ins Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Mit dem Slogan: «Nicht unsichtbar – sondern ignoriert.» wurde darauf aufmerksam gemacht, dass es ein Thema ist, dass gesellschaftlich verdrängt wird. Umso mehr ist es von hoher Bedeutung, dass es im Rahmen der Aktionstage breit diskutiert wurde. Die Kampagne hat auf die gesellschaftliche Verantwortung, auf Mehrfachdiskriminierungen von Menschen mit Behinderungen, auf Ableismus, sowie auf strukturelle Gewalt aufmerksam gemacht. Indem die Problematik offen angesprochen wurde, konnten Vorurteile abgebaut und wichtige Schritte zur Sensibilisierung und Prävention gesetzt werden. Dadurch dass Selbstvertreter*innen eine Plattform geboten wurde, konnte die Thematik aus Sicht von Betroffenen beleuchtet werden.

Forderungen

Es wurden mit den Partner*innen und der Begeitgruppe Forderungen ausgearbeitet und über das Faktenblatt, das Erklärvideo, die Website und als Posts auf Social Media sowie an der Medienkonferenz und in der Medienmitteilung verbreitet. Die Forderungen zeigen klar Massnahmen und mögliche Lösungen zur Verhinderung von geschlechtsspezifischer Gewalt an Menschen mit Behinderungen und der Unterstützung von Gewaltbetroffenen auf.

Istanbul-Konvention

Frieda ist Teil der Kerngruppe des Netzwerks Istanbul-Konvention (Übereinkommen zur Verhinderung und Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen und häuslicher Gewalt) und machte auch während der 16 Aktionstagen immer wieder

auf die Forderung nach einer umfassenden, inklusiven und diskriminierungsfreien Umsetzung der Istanbul-Konvention aufmerksam. Gerade bezüglich barrierefreier Angebote für Gewaltbetroffene ist der Verweis auf die Istanbul-Konvention elementar.

Auseinandersetzung fördern

Durch die Produktion von vier Videos, die das Ausmass und die verschiedenen Formen geschlechtsspezifischer Gewalt an Menschen mit Behinderungen thematisieren, wurde die Auseinandersetzung mit den Ursachen und Auswirkungen von Gewalt angeregt. In den Videos erhielten Selbstvertechter*innen eine Plattform und konnten als positive Vorbilder wirken. Die Videos wurden in verschiedenen Regionen produziert und mehrsprachig zugänglich gemacht. Via Social Media wurde ebenfalls die Interaktion mit den User*innen gefördert und ihre Meinungen und Haltungen abgeholt.

Gemeinsamer Einsatz

Mit den Kampagnen-Materialien (Buttons, Sticker, Girlande) kann ein gemeinsamer Einsatz für eine gewaltfreie Gesellschaft sichtbar gemacht und Solidarität symbolisiert werden.

Ermächtigende Botschaften

Alle der produzierten Inhalte verweisen auf Unterstützungsangebote und/oder vermitteln die Botschaft, dass Gewaltbetroffene nicht alleine sind und das Recht auf Unterstützung haben. Dies wirkt ermächtigend und unterstützt Betroffene. Weiter wurden durch barrierefreie Inhalte auch Menschen mit Behinderungen stärker erreicht.

Positive Vorbilder

In den sozialen Medien wurden positive Vorbilder spezifisch durch die Videos mit Selbstvertechter*innen ermöglicht. Weiter wurden an den Veranstaltungen von Frieda positiven Vorbildern eine Plattform geboten. Dieses Jahr war es besonders wichtig mit Selbstvertechter*innen zusammen zu arbeiten, damit die Kampagne nicht über Menschen mit Behinderungen spricht sondern mit ihnen.

Vernetzung schweizweit stärken

Ein schweizweites nachhaltiges Netzwerk zwischen Fachpersonen, relevanten Akteur*innen und Organisationen zur Prävention und Verhinderung von geschlechtsspezifischer Gewalt ist über die Sprachgrenzen hinweg aufgebaut.

Die Zusammenarbeit durch regelmässige Treffen und Austauschplattformen ist gestärkt.

Der fachliche Austausch sowie Wissenstransfer sind gefördert.

Koordinationsarbeit

Frieda organisierte drei Sitzungen zur Besprechung der Inhalte der Dachkampagne sowie eine Sitzung für den fachlichen Austausch. Zwei Sitzungen zu den Inhalten der Dachkampagne Anfang Jahr sind mehrsprachig. Die anderen Sitzungen sind nach Sprachregion getrennt. Die Mitarbeiter*innen unterstützten die Partner*innen auf Wunsch bei der Organisation ihrer Veranstaltungen, leisteten Vernetzungsarbeit, koordinierten die Website und ermöglichten den Partner*innen Sichtbarkeit. Alle Partner*innen, die die Frage in der Evaluation beantwortet hatten, gaben an, dass ihre Erwartungen an die Kampagnenkoordination erfüllt wurde. Die Arbeit, die durch Frieda geleistet wird, bezeichneten 22 als sehr gut und 5 als gut.

Kooperationen

Kooperationen sind ein wichtiger Bestandteil der Aktionstage. Vor allem auf Social Media sind Kooperationen und gegenseitige Unterstützung wichtig. So erhält der Einsatz gegen geschlechtsspezifische Gewalt noch mehr Sichtbarkeit und Reichweite. Organisationen können ihre Ressourcen durch Kooperationen bündeln. 61 von 258 Veranstaltungen wurden durch mehrere Organisationen gemeinsam durchgeführt. Dieses Jahr wurde mit einer Expert*innengruppe gearbeitet und so die Kooperation und Vernetzung zusätzlich gestärkt.

Vernetzung durch Partner*innensitzungen

Es fanden drei Partner*innensitzungen statt. Alle drei Sitzungen fanden online statt, da so mehr Partner*innen teilnehmen konnten. Die ersten zwei Partner*innensitzungen fanden national und dreisprachig statt. An der Partner*innensitzung haben die beteiligten Organisationen und Einzelpersonen die Möglichkeit, sich gegenseitig kennenzulernen und geplante Projekte zu koordinieren. Weiter können sich die Partner*innen partizipativ in Entscheidungen rund um die Kampagne einbringen (Wahl Fokusthema, Ausgestaltung Kampagnenmaterialien). Anwesende an den Sitzungen: 1. Sitzung 77 Personen, 2. Sitzung 62 Personen und 3. Sitzung 71 Personen.

Wissensaustausch

Im Frühling fand eine Sitzung zur inhaltlichen Diskussion rund um das Fokusthema «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» statt. Die Partner*innen hatten die Möglichkeit, ihr Wissen zu teilen und gegenseitig von den vorhandenen

Expertisen zu profitieren. An der Partner*innesitzung im Herbst wurde ein Fachinput gegeben. Die Begleitgruppe der Expert*innen hat ihr Wissen aktiv in die Kampagne einfließen lassen.

Zufriedenheit der Partner*innen

Nach den Aktionstagen hatten die Partner*innen via Online-Fragebogen die Möglichkeit, Feedback zu geben. Die Rückmeldungen werden genutzt, um die Kampagne stetig zu optimieren. An der Umfrage haben sich 22 Partner*innen beteiligt. Die überwiegende Mehrheit ist zufrieden mit den 16 Aktionstagen, der Arbeit von Frieda, dem Fokusthema und der grafischen Gestaltung.

Rückmeldungen auf Deutsch:

Am meisten (10 Mal und mehr) wurden folgende Aspekte (Mehrfachantworten möglich) als besonders gut angegeben:

Fokusthema Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen (17)

Veranstaltungskalender auf der Website (15)

Koordination durch die NGO Frieda (14)

Gestaltung der Website www.16tage.ch (13)

Mehrsprachigkeit (11)

Sitzungsleitung durch die NGO Frieda (10)

Als nicht gut wurden folgende Aspekte (Mehrfachantworten möglich) am meisten (1 Mal oder öfter) angegeben:

Poster/Faltflyer (2)

Gestaltung der Kampagnenmaterialien (1)

Gestaltung der Website (1)

Veranstaltungskalender auf der Website (1)

Auftritt in den sozialen Medien (1)

Rückmeldungen auf Französisch:

Am meisten (5 Mal) wurden folgende Aspekte (Mehrfachantworten möglich) als besonders gut angegeben:

Unterstützung bei der Kommunikationsarbeit (5)

Massnahmen für Barrierefreiheit (5)

Gestaltung der Website (5)

Auftritt in den sozialen Medien (5)

Als nicht gut wurden folgende Aspekte (Mehrfachantworten möglich) am meisten (1 Mal oder öfter) angegeben:

	Zusammenarbeit mit anderen Partner*innen lokal (2) Materialien für Partner*innen auf der versteckten/exklusiven Website (1) Zusammenarbeit mit anderen Partner*innen national (1) Sitzungsleitung durch die NGO Frieda (1) Veranstaltungskalender auf der Webseite (1) Lokale Lancierungsaktionen (1)
<i>Fundierte Inhalte verbreiten und Sensibilisierung stärken</i> Die Zielgruppen sind durch fundierte Inhalte erreicht. Die Zielgruppen sind über das Ausmass und die Formen von Gewalt an Frauen / geschlechtsspezifischer Gewalt informiert. Faktenbasierte Ansätze in der Prävention sind hervorgehoben. Gewaltbetroffene sind mit bestehenden Unterstützungsangeboten vertraut. Bewusstsein für geschlechtsspezifische Gewalt und deren Dynamiken ist bei den Zielgruppen geschärft.	Erklärvideos In mehreren kurzen Videos wurden in den drei Sprachen verschiedene Aspekte des Fokusthemas verständlich vorgestellt. Dadurch wurden Hintergründe, Fakten, Ursachen sowie die Verschränkung von geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen verständlich für ein breites Publikum dargelegt. Die Videos wurden auf Social Media gepostet und beworben. Unterstützungsangebote Auf der Website werden Unterstützungsangebote für Gewaltbetroffene und Angehörige präsent vorgestellt. Ebenfalls wurde auf dem Poster, unseren Social Media-Kanälen, an Veranstaltungen, der Lancierungsaktion sowie in der Medienarbeit immer wieder auf Anlaufstellen hingewiesen. Es wurde in verschiedenen Kontexten thematisiert, dass es noch zu wenig barrierefreie Unterstützungsangebote gibt. Lesung und Online-Forum zu «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» Mit den zwei gut besuchten Veranstaltungen konnte auf unterschiedliche Art für verschiedene Zielgruppen die Thematik verständlich dargelegt, Wissen vertieft und Sensibilisierung gestärkt werden. Materialien Die Kampagne erreichte mit vielfältigen Materialien, welche wichtige Informationen rund um Gewaltprävention enthalten, verschiedene Zielgruppen und die breite Öffentlichkeit. Die Materialien wurden rege bestellt. Sie können auch nach den Aktionstagen Aufmerksamkeit auf die Thematik der geschlechtsspezifischen Gewalt lenken.

Faktenblatt / Informationsbroschüre

Die wichtigsten Zahlen, theoretischen Hintergründe und Zusammenhänge zum Thema geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen sowie entsprechender Unterstützungsangebote wurden in einem Faktenblatt / einer Informationsbroschüre aufbereitet. Das Faktenblatt wurde an Partner*innen und Medienschaffende verschickt und ist zudem auf der Website zum Download bereitgestellt. Fakten zu geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen sind dadurch für interessierte Personen leicht zugänglich. Aus den Fakten wurden Social Media-Beiträge in Form von Posts produziert, um die Informationen einem jungen Publikum noch einfacher näherzubringen. Statistiken sind wichtig, um konkret zu Gewalt zu sensibilisieren.

Website

Auf der Website www.16tage.ch können in den drei Sprachen Informationen, Videos, Statistiken und Studien zu geschlechtsspezifischer Gewalt, zum Fokusthema und zur Kampagne sowie Unterstützungsangebote einfach und übersichtlich abgerufen werden. Die wichtigsten Informationen sind auch in Leichter Sprache und in Gebärdensprachvideos zugänglich. Die Website verzeichnete über 19'400 Besucher*innen. (Zeitraum 1.10.2025 bis 10.12.2025).

Wachsende Präsenz auf Social Media

Die Kampagne ist auf Instagram, Facebook, YouTube und TikTok präsent. Besonders auf Instagram und TikTok erreichte sie durch regelmässige Beiträge zum Thema geschlechtsspezifische Gewalt vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, neben einer breiten Öffentlichkeit. Insgesamt wurden die Beiträge der Kampagne auf allen Plattformen im Zeitraum vom 1. Oktober 2025 bis 10. Dezember 2025 von 3'906'101 Menschen aufgerufen.

Sensibilisierung von Medienschaffenden

Auch dieses Jahr gab es einen von DécadréE zusammengestellten Katalog von Empfehlungen für Journalist*innen mit dem Fokus geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen. Dieser wurde auf der Website allen Interessierten zur Verfügung gestellt und an Medienschaffende direkt verschickt. Die Empfehlungen sind dreisprachig

	verfügbar. So konnte die Sensibilisierung spezifisch gestärkt werden. Medienschulung zum Thema «Berichterstattung über geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» Ziel der Schulung war es, Journalist*innen und Medienschaffenden Werkzeuge an die Hand zu geben, um eine informative und respektvolle Berichterstattung zu gewährleisten, die den Schutz und die Würde von Betroffenen wahrt. Im Fokus stand dieses Jahr auch das Thema der Überschneidung von geschlechtsspezifischer Gewalt und Behinderungen. Die Schulung wurde von hochqualifizierten Expertinnen geleitet, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus verschiedenen Perspektiven einbrachten. Die Veranstaltung fand dieses Jahr zum zweiten Mal auf Französisch und Deutsch und zum ersten Mal auf Italienisch statt. Die Veranstaltung trug dazu bei, Medienarbeit in diesem sensiblen Bereich zu professionalisieren und eine Berichterstattung zu fördern, die zur Aufklärung und Prävention beiträgt.
<i>Mehrsprachige Kommunikation sicherstellen, Barrierefreiheit und Zugänglichkeit stärken</i> Der inklusive Einbezug der drei Sprachregionen (DE, FR, IT) ist sichergestellt. Durch Social Media wird eine breite mehrsprachige Zielgruppe erreicht. Barrierefreiheit und Zugänglichkeit von Veranstaltungen und den Inhalten der Kampagne sind gefördert.	Koordination in den drei Sprachregionen Pro Sprachregion ist eine Person aus dem Team zuständig, die die regionalen Begebenheiten kennt und die Sprache auf Erstniveau beherrscht. Die Sitzungen finden entweder nach Region getrennt oder mit Simultanübersetzung statt. Alle Materialien sind in den drei Sprachen verfügbar. Social Media Campaigning Das ganze Jahr über wurden auf den Social-Media-Kanälen der 16 Tage mehrsprachig Berichte und Informationen zu geschlechtsspezifischer Gewalt geteilt, um Wissen zu vermitteln und Präventionsarbeit zu leisten. Während der Aktionstage lag der Fokus auf verschiedenen Formaten, die auf Veranstaltungen und das Fokusthema hinweisen. Dazu gehörten ein Erklärvideo, vier Videos die auf Perspektiven von «Geschlechtsspezifische Gewalt und Behinderungen» hinweisen, Fotos der Lancierungsaktion, Faktenposts und Forderungen. Gesponserte Beiträge erhöhten zusätzlich die Reichweite. Folgende Kanäle werden genutzt: Deutsch: Instagram, TioTok, Facebook

	Französisch: Instagram, Facebook Italienisch: Instagram, Facebook Die Zahl der Follower auf allen Kanälen stieg auf 18'327. So wird eine breite Zielgruppe erreicht ganzjährig erreicht. Barrierefreiheit und Zugänglichkeit Die Partner*innen wurden informiert, wie sie Barrierefreiheit und Zugänglichkeit stärken können. Eine Infobroschüre für barrierefreie Veranstaltungen wurde erstellt. Die Social Media Beiträge, die Materialien sowie die Veranstaltungen und Sitzungen wurden möglichst zugänglich und barrierefrei erstellt respektive durchgeführt. Es wurden Informationen in Leichter Sprache sowie in Gebärdensprache zugänglich gemacht.
--	---

6.2 Die 16 Aktionstage in Zahlen seit 2017

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Partner*innen	61	51	110	116	198	196	240 ²	294 ³	367
Unterstützer*innen ⁴	17	16	18	20	16	5	0 ⁵	0	0
Veranstaltungen und Aktionen	118	70	127	101 (135 ge-plant) ⁶	146 (150 ge-plant) ⁷	194 (197 ge-plant)	200 ⁸	250 ⁹	258
Facebook Abonent*innen	3'888	4'293	4'664	4'894	5'512	5'445	5'534	5'587	5'535
Instagram Follower	204	632	921	1'387	2'594	3'383	4'790	6'912	8'569
Twitter/X Follower	293	391	482	640	805	896	951	888	847
Tiktok Follower	-	-	-	-	71	197	297	622	806
Erreichte Personen via Social Media	-	-	-	-	200 Tsd. ¹⁰	620 Tsd.	500 Tsd.	2 Mio. ¹¹	3.9 Mio

² 240 Deutschschweiz, 296 insgesamt

³ 294 Deutschschweiz, 359 insgesamt

⁴ Beteiligung ohne eigene Veranstaltung

⁵ Es wurden keine Unterstützer*innen explizit angefragt, da bereits so viele Partner*innen teilgenommen haben.

⁶ Absagen aufgrund der Corona-Situation

⁷ Absagen aufgrund der Corona-Situation

⁸ 200 Deutschschweiz, 275 insgesamt

⁹ 250 Deutschschweiz, 299 insgesamt

¹⁰ Wird erst seit 2021 erfasst.

¹¹ 3 Millionen in der ganzen Schweiz

Website-Besuche	3'924	6'337	7'034	10'453	10'057	15'208	12'156 ¹²	14'274	19'425
Medienbeiträge	146	70	ca. 100 ¹³	305	434 ¹⁴	519	560	747	542

¹² Mit der Neueinführung von Google Analytics 4 konnten wir einige Optimierungsprozesse vornehmen, die das Reporting betreffen. Neu werden die beiden Websites (Frieda und 16 Tage) anders reportet. Das Reporting von Frieda und den 16 Tagen kann nun viel genauer getrennt betrachtet und analysiert werden.

¹³ Keine systematische Medienbeobachtung durch eine externe Anbieterin

¹⁴ Medienbeobachtung wird seit 2021 einen Monat früher gestartet

7. Unterstützung und Dank

Verschiedene Stiftungen, Kirchgemeinden, Organisationen sowie kantonale Stellen und das Eidgenössische Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann haben die Kampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» 2025 finanziell unterstützt. Diese sind auf der Website aufgeführt. Nur dank dieser teilweise jährlich erfolgenden und existenziellen Beiträge kann Frieda die Durchführung der Kampagne in der Schweiz und in Liechtenstein gewährleisten und die Arbeiten dazu koordinieren. Ein herzliches Dankeschön geht besonders an folgende Geldgeber*innen:

- Anna Maria und Karl Kramer-Stiftung
- Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG)
- Katholische Kirche im Kanton Zürich
- OeMe-Kommission der Evangelisch-reformierten Gesamtkirchgemeinde Bern
- Reformierte Landeskirche Aargau
- Röm.-kath. Gesamtkirchgemeinde Bern und Umgebung, Fonds für diakonische und pastorale Projekte
- Römisch-katholische Landeskirche des Kantons Luzern
- Stadt Bern
- Stiftung Mutter Bernarda
- Lotteriefonds Kanton Bern
- Temperatio Stiftung

Verschiedene staatliche und nichtstaatliche Beratungs- und Fachstellen, Frauenhäuser, Kirchgemeinden, Menschenrechtsorganisationen und weitere befreundete Organisationen sowie Einzelpersonen unterstützen die Kampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» finanziell, ideell und als Partner*innenorganisation. Vielen Dank für die erfolgreiche Zusammenarbeit:

Folgende Fach- und Beratungsstellen, Schutzunterkünfte, staatliche, kantonale und städtische Stellen und Bildungsinstitutionen, Menschen- und Frauenrechtsorganisationen und Gewerkschaften, Frauenvereinigungen, Streikkollektive, aktivistische Gruppen, Geschäfte, Botschaften, Kirchgemeinden, Parteien, Einzelpersonen und weitere haben mit einer eigenen Veranstaltung an den 16 Aktionstagen teilgenommen und wurden durch Frieda koordiniert.

• 16jours-Jura • ADEMAG - Lutte contre la violence envers les femmes • ADPH - Association pour la Promotion des Droits Humains • AG Frauen / Feminismus der SP Winterthur • AGILE • ARAPA, Association romande d'autodéfense et de prévention des agressions • ARCAF - Association d'Autodéfense et de Ressources pour le Choix et l'Autonomie des Femmes • ASTRÉE • AVVEC • Aargauische Evangelische Frauenhilfe - Frauenberatung • Aliena Fachstelle für Frauen im Sexgewerbe • Altstadtkirchen Zürich • Amnesty International Frauenrechtsgruppe Zürich • Amnesty International Schweiz • Anlaufstelle für Sans-Papiers und Sans-Papiers Kollektive Basel • Apotheke Masans • April Skies Films • ArWo Frutigland • Aspasia • Association "Victime, pas seule !" • Association A la Vista • Association AFRO LGBTQIA + • Association Belles Pages • Association L'Antenne LGBTI • Association Viol-Secours • Association vaudoise pour les droits des femmes (ADF-Vaud) • Associazione Nascere Bene Ticino • Associazione Pom Rossin • AvenirSocial Bern-Wallis • AvenirSocial Graubünden • Codap • Collectif Féministe Valais • Collectif de la Grève Féministe Vaud • Collectif neuchâtelois pour la grève féministe • Comune di Vacallo e Centro Arti Marziali Do Yu Kai Chiasso	• BIF - Beratungsstelle für Frauen gegen Gewalt in Ehe und Partnerschaft • BPW Frauenfeld • BPW Schaffhausen • BPW Switzerland • Baha'i Community of Switzerland • Beide Basel gegen Gewalt an Frauen • Beratungsstelle Castagna • Beratungsstelle Frauennottelefon • Beratungsstelle für Gewaltbetroffene Frauen Thurgau • Beratungsstelle Frauennottelefon • Berjîn Zenda Kurdischer Frauenrat Bern • Berner Gesundheit • Berner Interventionsstelle gegen Häusliche Gewalt • Bibliothek Hauptpost • Bibliothèque Filigrane • Blaues Kreuz Bern-Solothurn-Freiburg • Blaues Kreuz Schweiz • Brava • Brave Foundation Zürich • Buchhandlung am Hottingerplatz • beko ost • bewegtekoerper • Campax • Canton de Genève • Capo Dicastero Cultura del Comune di Vacallo • Centro Bethlehem - Fondazione Francesco per l'aiuto sociale • Chance Swiss • Chaos Overdose • Choreo-Persona: Tanzverein für soziale Teilhabe • Ciao Table • Cinéma Rex Bienne • Città di Lugano • Città di Mendrisio • Club Soroptimist International de Fribourg • Fachstelle häusliche Gewalt Kanton Aargau • Fachstelle jumpss* • Familienzentrum Planaterra • FemFilmKlub Zug • Feministischer Polito Treff • Feministischer Salon Schaffhausen
--	---

• Copad • casa moonrise • creatrices.ch • DOL & SOL - Dancing Old Ladies & Singing Old Ladies • Dachverband Wen-Do Schweiz • Denise Carniel • Denise Köhler • Die Wegbegleiterin - Praxis für Beratung und Therapie mit (hypno-)systemischer und lösungs-orientierter Grundhaltung • Dienststelle Soziales und Gesellschaft des Kantons und der Stadt Luzern • dialogai • décadréE • Ein sicheres Dach • Ekkharthof • EmpowerVan • Etablissements publics pour l'intégration • Etat de Genève, Bureau de promotion de l'égalité et de prévention des violences • eff-zett • F-information • FEPAD-Burundi • FINTA*Treff SG • FIZ Fachstelle Frauenhandel und Frauenmigration • FRW - Interkultureller Dialog • Fachstelle Gewalt Bern • Fachstelle Gleichstellung Kanton Zürich • Fachstelle Gleichstellung, Stadt Luzern • Fachstelle Häusliche Gewalt • Fachstelle adebar • Fachstelle für Gleichstellung Stadt Zürich • Fachstelle für Gleichstellung in Geschlechterfragen der Stadt Bern • Fachstelle für Gleichstellung, Gewaltprävention und Gewaltschutz - Kanton Schaffhausen • GRÜNE SCHWEIZ • GSBR / Fachstelle für persönliche Beratung • GZ Heuried • Gemeinde Meilen • Gemeinnütziger Frauenverein Baden • Geneva Graduate Institute	• Feministisches Emmmental • Feministisches Streikkino • Feministisches Streikkollektiv Bern • Feministisches Streikkollektiv Zug • Femmes-Tische Samowar Meilen • Femmes-Tische/Männer-Tische Schweiz • Fimmene • Fondation Surgir • Fondation pour l'égalité de genre • Fondazione Diritti Umani • Forensic Nursing Sprechstunde Kantonsspital Graubünden • Forum Genitorialità • Fotomuseum Winterthur • Frauenberatung sexuelle Gewalt • Frauenchor - die vogelfreien • Frauenhaus Graubünden • Frauenhaus Liechtenstein • Frauenhaus Winterthur • Frauenhaus Zug • Frauenrechtsgruppe Bern • Frauenzentrale Appenzellerland • Frauenzentrale Bern • Frauenzentrale Thurgau • Frauenzentrale Zürich • Frieda – die feministische Friedensorganisation • f-information • fase - réseau cohésion • femko (feministisches Kollektiv Olten) • femmes protestantes • femmes sapiens • fepa - Fonds für Entwicklung und Partnerschaft in Afrika • filmar • fimmene • fra-z • frauenaargau • GRÜNE Basel-Stadt • Kantonale Gleichstellungsförderung / Koordinationsstelle gegen Häusliche Gewalt und Menschenhandel, Kanton St.Gallen • Kantonale Opferhilfestelle Zürich (KOH) • Katja Schmid
---	---

• Giuvaulta Zentrum für Sonderpädagogik Rothenbrunnen • Giuventetgna Cadi • Groupe d'autodéfense féministe (G.A.F.) • Gruppe für eine Schweiz ohne Armee - GSoA • HEKS in-fra • HES-SO Genève - Haute école spécialisée de Suisse occidentale • HETS - Haute école de travail social • HUG - Hôpitaux universitaires de Genève • Halt Gewalt • Handicap International • Haus pour Bienne • Heimzentrum pdgr Rothenbrunnen • Hochschule Luzern - Soziale Arbeit • Hockey Club Davos • IAMANEH Schweiz • IMEK Centro de Investigación en Mercadeo & Desarrollo, Colombia • INSOS Thurgau • Infostelle Arbeit • Inner Wheel Club Rätia • Inner Wheel Club Schaffhausen • Inner Wheel Club Zürich • Inner Wheel Luzern • Integres • Interdisciplinary Centre for Gender Studies (ICFG) at the University of Bern • International Gender Champions • imkreis • insieme Basel Freizeitzentrum • JUSO Schweiz • JUSO Solothurn • Julie Humbert • Junge Grüne Schweiz • Juristinnen Schweiz • Kanton Graubünden • Mansio • Marche Mondiale des Femmes Suisse • Medica Mondiale Foundation Switzerland • Milchjugend • Mission 21 • Movimento • Mujeres Libres	• Kinder- und Jugendfachstelle Region Langenthal ToKJO • Kino Theater Raetia Thusis • Kirchgemeinde Leissigen-Därligen • Kirchgemeinde Thun-Stadt • Kleinstadtfreund*innen Solothurn • Kleintheater Luzern • Kollektiv Kleinstadtfreund*innen Solothurn • Kompetenzzentrum für Strafrecht und Kriminologie, Universität St.Gallen • Koordination Gewaltprävention und Bedrohungsmanagement • Koordinationsstelle Behindertenrechte • Koordinationsstelle Häusliche Gewalt Graubünden • Koordinationsstelle Häusliche Gewalt und Gewaltprävention Kanton Glarus • Koordinationsstelle Häusliche Gewalt, Departement des Innern, Kanton Solothurn • Krone Trogen • Kunstmuseum Basel • L' AGS • LES ROUGES PUTES • LGBTIQ Helpline • Le CTAS • Le Centre LAVI Genevois • Le Réseau femmes • Le deuxième Observatoire • Les Clubs Soroptimist de Genève • Les Créatives • Les Dévalideuses • Les Foulards Violets • Lestime • LibElle Wohnen auf Zeit für Frauen mit und ohne Kinder • Living Museum Kreuzlingen • Lucify.ch • Lysistrada • lalalacoeur • Reformierte Kirche Thun Stadt • Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn • Reformierte Kirchgemeinde Langenthal • Reformierte Kirchgemeinde Spiez • Regionalbibliothek Langnau
--	--

• Musikbüro Basel • Mädchenhaus Zürich • medico international schweiz • minds • Nationales Kompetenzzentrum Alter ohne Gewalt / Centre de compétence national Vieillesse sans Violence / Centro di competenza nazionale Vec- chiaia senza Violenza • Netzwerk Avanti • Ni Una Menos Zürich • nie-ok.ch • Okey - Stiftung für das Kind in Not • Omas gegen Rechts Ostschweiz • Opferberatung Schwyz und Uri • Opferhilfe Beratungsstelle Graubünden • Opferhilfe beider Basel • Organisationskomitee der 16 Tage gegen Gewalt an Frauen Glarnerland • offene kirche bern • PUNTO DE ENCUENTRO • Pallas Selbstverteidigung • PdA Zürich (Partei der Arbeit) • Perron F • Perspektive Thurgau • Plan International • Playback Theater FUIRORE • Poétesses 8, anthologie de poésie féminine en ligne, francophone & internationale • Pro Infirmis Graubünden • Pro Infirmis Ticino e Moesano • Pro Junior Arc jurassien - Appel d'Air • Procap Schweiz • Procap Zentralschweiz • Prävita • Queer Neuch • Queerfeministischer Buchclub Zentralschweiz • RADIO DIALOGUE CITOYENS • ROXY Birsfelden • Soroptimist International Club Moesano • Soroptimist International Club Oberengadin • Soroptimist International Clubs Genève • Soroptimist International, Club Rapperswil • Spital Emmental AG • Spring ACT	• Regionalgruppe gegen Häusliche Gewalt Ober- wallis • Regionalmuseum Chüechlihus • Reporter:innen ohne Barrieren • Royal Baden • Réseau Transition • SH Power • SP Frauen Baselland • SP Frauen Kanton Solothurn • SP Frauen Schweiz • SP Frauen Thurgau • SP Kreuzlingen • SP Stadt St.Gallen • SP Winterthur/ AG Frauen/Feminismus • STOP SUICIDE • SWISSAID • SWISSAID Genève • Sabatina • Schauspielhaus Zürich • Schutz und Raum GmbH • Schweizerischer Friedensrat • Schweizerischer Verband der Akademikerinnen, Sektion Graubünden • Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI) - Servizio Gender e Diversity • Scuole Professionali del Canton Ticino (CPS Lu- gano, SPAI Locarno e CPT Mendrisio) • Shop AHOI • SiTa - Seelsorge im Tabubereich • Sinnhof • Smellyourlife • Solidar Suisse • Solidarité femmes Biel / Bienne • Solidarité femmes fribourg - centre LAVI • Soroptimist Club Burgdorf, Orange DaysTeam • Soroptimist Club Luzern • Soroptimist International Club Chur • Soroptimist International Club Davos-Prättigau • Soroptimist International Club Fricktal • Verein Wiler Frauentag • Verein gegen Mädchenbeschneidung Ostschweiz und Liechtenstein • Verein luniq • Verein zum Schutz misshandelter Frauen
--	---

• Stadt St.Gallen • Stadtbibliothek Chur • Stadtbibliothek Wil • Stadtteilsekretariat Kleinbasel • Stiftung Frauenhaus Zürich • Stiftung Scalottas Scharans • Stiftung gegen Gewalt an Frauen und Kindern • Swiss Soroptimist Club Schaffhausen • schau.film • strukurelle • Tanztheaterhaus Divertimento • Tech against Violence • Teety Tezano • Telefon gegen Gewalt • The Feminist Collective (IHEID) • Theater Basel • Theater am Hechtplatz • Triangel • Trulla Tattoo • Tür am Tür - Fachstelle für häusliche Gewalt & Femmes-Tische • Tür an Tür • the green corner • USI - Università della Svizzera italiana • Unabhängige Beschwerdestelle für das Alter UBA • Unia • Universitäre Psychiatrische Kliniken (UPK) Basel • Universität Bern, Abteilung für Chancengleichheit • Université de Genève • VIOLENCE QUE FAIRE • Verein BMI, SMB und Freundschaftskreis SMB • Verein Blossom • Verein FeminisTisch Buchs • Verein Lesefeld • Verein PARANDALO • Verein Sabatina Schweiz • Verein Unterschlupf • Verein Wen-Do Basel	• Vernier - une Ville pas Commune • Ville de Genève • Vision Positive • Volt Switzerland • WASH HSG - Working Against Sexual Harassment • WE CAN DANCE IT • WILPF - Women's International League for Peace and Freedom • WIR_ Iris Rosa Käser und Pamela Straubhaar • Weg ohne Angst • Wen-Do Aargau • Women Of Kurdistan • Women's Hope International • World YWCA • ZKF • ZMH Zentrum für Migrationshilfe • Zonta Biel/Bienne • Zonta Club Basel • Zonta Club Chur • Zonta Club Engiadina • Zonta Club Fribourg • Zonta Club Grand Genève-Terre Sainte • Zonta Club Vaduz • Zonta Club Zürich • Zonta International Club Schaffhausen • Zonta Luzern
--	--