



Auszug aus dem substanziellen Protokoll

12. Ratssitzung vom 26. August 2026

531. 2026/215

Postulat von Dr. Roland Hohmann (Grüne), Selina Walgis (Grüne) und Martin Busekros (Grüne) vom 06.05.2026:

Prüfung eines Werbeverbots für Flugreisen und flugbezogene Angebote auf städtischem Gebiet

Gemäss schriftlicher Mitteilung ist der Vorsteher des Hochbaudepartements namens des Stadtrats bereit, das Postulat zur Prüfung entgegenzunehmen.

Selina Walgis (Grüne) begründet das Postulat (vergleiche Beschluss-Nr. 38/2026): In Zürich verursacht der Flugverkehr rund ein Viertel der indirekten Emissionen. Besonders ins Gewicht fällt dabei der Freizeitverkehr. Dort müssen wir ansetzen. Werbung prägt unsere Wahrnehmung. Auch meine zweijährige Tochter wird auf Flugwerbung aufmerksam: Als sie sagte, am Central seien Tram und Flugzeug gestanden, habe ich mich gefragt, wieso sie die zwei Wörter miteinander verknüpft – bis ich die Flugwerbung auf dem Tram vor uns sah. Flugwerbung beeinflusst unsere Konsumententscheidungen. Wenn Flugreisen permanent beworben werden – von Wochenendtrips über Fernreisen bis zum Vielfliegerprogramm – trägt das dazu bei, Flüge als selbstverständlichen Teil unseres Lebensstils zu verankern. Uns wird vermittelt, dass wir uns enorm einschränken, wenn wir nicht regelmässig fliegen. Im Kern geht es bei diesem Vorstoss um Klimagerechtigkeit. Während viele Zürcher*innen für ein verlängertes Wochenende nach London oder New York reisen, tragen Menschen weltweit die Folgen der Klimakrise. Dürren, Überschwemmungen und Hitzewellen treffen vor allem die, die am wenigsten zur Erderwärmung beitragen. Mehr als 80 Prozent der Menschen sind noch nie geflogen. Fliegen ist kein Grundbedürfnis, sondern ein Privileg, das viele von uns geniessen. Flüge verursachen riesige Klimakosten. Die Verantwortung allein aufs Individuum abzuschieben, reicht nicht. Die Politik muss griffige Massnahmen ergreifen. Die Stadt Zürich lässt sich die Erreichung der Klimaziele einiges kosten. Sie investiert bspw. mit Kampagnen wie Klima à la carte viel Geld und Ressourcen in Massnahmen, um Emissionen zu reduzieren. Das finden wir natürlich sinnvoll. Aber es ist auch wichtig, dass diese Anstrengungen wirksam und kosteneffizient sind. Es ist darum widersprüchlich, auf der einen Seite einen erheblichen finanziellen Aufwand zu betreiben, um Emissionen zu reduzieren, und auf der anderen Seite auf städtischen Werbeflächen Werbung für emissionsintensive Flugreisen zuzulassen. Das ist weder konsequent noch kosteneffizient. Wir können doch nicht gleichzeitig viel Geld für Klimaschutz ausgeben und mit unseren eigenen Werbeflächen klimaschädliches Verhalten fördern. Ich möchte auch an das Netto-Null-Ziel der Stadt Zürich erinnern, dem



die Zürcher Bevölkerung mit deutlicher Mehrheit zugestimmt hat. Die Treibhausgasemissionen, die ausserhalb der Stadtgrenze ausgestossen, aber durch Stadtzürcher*innen mitverursacht werden, sollen bis zum Jahr 2040 gegenüber dem Jahr 1990 um 30 Prozent sinken. Wenn wir das Klimaziel ernst nehmen, müssen wir da handeln, wo wir mit einfachen Mitteln viel bewirken können. Die Einschränkung von Flugwerbung ist ein solcher Schritt. Wer Klimagerechtigkeit ernst nimmt, kann beim Fliegen nicht wegschauen. Man darf unserem Vorstoss auch zustimmen, wenn man selber gern fliegt.

Patrik Brunner (FDP) begründet den namens der FDP-Fraktion am 20. Mai 2026 gestellten Ablehnungsantrag: Willkommen im neusten Kapitel des Werbemobblings. Eigentlich ist das Postulat schnell abgehandelt, denn es verletzt die Wirtschafts- und Werbefreiheit auf eklatante Art und Weise. Selbst wenn es eine Mehrheit fände, wäre der Rechtsweg vorprogrammiert. Das Resultat, egal durch wie viele Instanzen wir uns durcharbeiten müssten, steht eigentlich schon fest. Man kann nicht einen Wirtschaftszweig in einem bestimmten geografischen Raum einschränken, während alle anderen weiterhin tun können, was sie wollen. Das ist gesunder Menschenverstand. Es geht hier aber um viel mehr. Wir haben schon bei der Diskussion um das Werbeverbot gewarnt, dass der nächste Schritt sein wird, uns vorzuschreiben, was richtig und was falsch, was gut und was böse ist. Genau an diesem Punkt sind wir jetzt angelangt. Wir haben es gehört: Fliegen sei böse, sei gar nicht gut. Dem möchte ich entgegenhalten. Fliegen ist eine grossartige Errungenschaft der Menschheit, eine gigantische Bereicherung fürs Reisen, für das Näherbringen von Menschen, das Kennenlernen von Kulturen und das Eintauchen in fremde Länder. Das haben hoffentlich alle im Saal schon selbst erlebt. Es geht darum, den eigenen Horizont zu erweitern. Dafür braucht es nun einmal Flugzeuge, denn das ist in Italien nicht dasselbe wie in Tokio. Zu Beginn der heutigen Sitzung haben wir gehört, dass einige handwerkliche Punkte in manchen Postulaten nicht stimmen. Auf dieses Postulat trifft das wohl zu. Der Begründung konnte ich nicht entnehmen, ob das Verbot physische oder auch digitale Werbung meint. Ist nur die physische Werbung gemeint, ist das Anliegen ohnehin obsolet. Das wurde mit dem Werbeverbot bereits erledigt. Ist digitale Werbung gemeint, würde mich sehr interessieren, wie das durchgesetzt werden soll. Vielleicht mit einer Art Werbe-Stasi im Hochbaudepartement, die rund um die Uhr von Facebook bis Pornhub alles nach Zeichen von Flugwerbung durchsucht. Und wenn das SRF ein Spiel der Schweizer Nationalmannschaft sendet und dabei Werbung der Swiss eingeblendet wird, kommt STR Tobias Langenegger vorbei und zieht den Stecker, damit ich das nicht sehe. Ich möchte noch auf eine gewisse Doppelmoral hinweisen: Die Grünen wollen ein weiteres Verbot im Bereich Werbung, während sie geltende Verbote eklatant missachten. Wildplakatierung ist in der Stadt Zürich verboten. Die einzige Partei, die im letzten Wahlkampf in grossem Stil Wildplakate aufgestellt hat, waren die Grünen. Es zeigt sich wieder mal: Alle Tiere sind gleich, aber manche Tiere sind gleicher als andere.

Weitere Wortmeldungen:

Yves Peier (SVP): Ich habe jahrelang in der Reisebranche gearbeitet, durfte dort eine Lehre machen und war ein eingefleischter Reisender. Durch meine Reisen in den letzten



Jahren habe ich aber gemerkt, dass etwas falsch läuft. In meinen Augen ist der Übertourismus ein grosses Problem. Ob in Luzern, Malta oder New York, es hatte für mich überall zu viele Leute. Das Reisen ist meiner Meinung nach immer mehr zum Konsum geworden und nicht mehr das besondere Erlebnis, bei dem man etwas erfährt und sich weiterentwickeln kann. Unsere Gesellschaft ist auch nicht mehr bei sich selbst, sondern als Globetrotter überall auf der Welt unterwegs. Das ist meine persönliche Meinung, doch das Postulat der Grünen geht zu weit. Ein Werbeverbot für Flugreisen ist aus mehreren Gründen kritisch zu betrachten. Ein wichtiger Punkt ist die Wirtschaftsfreiheit: Fluggesellschaften, Reisebüros und Flughafen bieten legale Dienstleistungen an. Dürfen sie diese nicht mehr oder nur noch eingeschränkt bewerben, greift der Staat direkt in die unternehmerische Freiheit und in den Wettbewerb ein. Ein weiterer Kritikpunkt ist die Ungleichbehandlung gegenüber anderen Branchen. Flugreisen verursachen zwar CO₂ und belasten die Umwelt, doch das gilt ebenso für Kreuzfahrten, die Autoindustrie oder den Onlinehandel. Wird nur die Werbung für Flugreisen verboten, wirkt das unfair und inkonsequent. Es stellt sich die Frage, weshalb gerade diese Branche derart eingeschränkt werden soll. Werbung dient zudem nicht nur dazu, Menschen zum Fliegen zu bewegen. Sie informiert die Konsumenten auch über Preise, Direktverbindungen und neue Angebote. Wird sie verboten, könnte der Markt weniger übersichtlich werden, und es wird für die Konsumierenden schwieriger, verschiedene Angebote zu vergleichen und die passende Option zu wählen. Aus liberaler Sicht ist vor allem die persönliche Freiheit entscheidend. Erwachsene Menschen sollten grundsätzlich selbst entscheiden können, wie sie leben, wohin sie reisen und wofür sie ihr Geld ausgeben. Solange Fliegen legal ist, darf man sich fragen, ob der Staat wirklich Informationen und Werbung dazu verbieten soll. Ein Werbeverbot verstehen wir von der SVP als grünen Paternalismus. Der Staat greift ein, weil er zu wissen glaubt, was moralisch richtig ist. Doch eine moralische Tugend verliert ihren Wert, wenn sie erzwungen wird. Ethisches Handeln sollte aus Einsicht entstehen und nicht aus staatlicher Verhaltenslenkung. So werden Bürger gesteuert statt überzeugt. Günstige Flugreisen haben das Reisen für viele Menschen erst möglich gemacht. Früher waren internationale Reisen teuer und schwer zugänglich. Heute kann die breite Bevölkerung andere Länder und Kulturen kennenlernen. Reisen fördert den kulturellen Austausch, die Bildung und die persönliche Erfahrung. Man kann sagen, dass der Tourismus demokratisiert wurde. Das scheint euch zu stören. Wir lehnen das Postulat ab.

Anna Graff (SP): Die SP stimmt dem Postulat zu. Wir haben bereits gehört, dass rund ein Viertel der indirekten Emissionen der Stadtzürcher*innen durch Flugreisen verursacht wird. Das sind anderthalbmal so viele Treibhausgase, wie sämtliche direkten Emissionen auf dem Stadtgebiet zusammen ausmachen. Es ist klar, dass dieser Fussabdruck massiv sinken muss. Vor diesem Hintergrund hat die SP zusammen mit den Grünen bereits zwei Vorstösse zur Förderung des internationalen Bahnverkehrs eingereicht, als wichtige und realistische Alternative für einen Grossteil der Flugreisen ab Zürich. Der vorliegende Vorstoss fordert nun zu prüfen, wie man auf dem Stadtgebiet explizite oder implizite Werbung für Flugreisen unterbinden könnte. Werbung hat unbestritten einen konsumfördernden Effekt. Der öffentliche Raum ist derzeit stark durch Werbung für Flugreisen geprägt, sei es auf Plakaten oder in und an öffentlichen Verkehrsmitteln. Aktuell wird aufgrund einer modifizierten Motion der AL eine Verordnung zur Regelung von Reklame erarbeitet,



die vom öffentlichen Raum aus sichtbar ist. Dies geschieht im Auftrag des Gemeinderats, um einen Beitrag zum Erreichen von Netto-Null zu leisten. Ich muss noch einmal festhalten, dass es sich dabei nicht um ein Werbeverbot handelt. Lesen Sie den Motionstext noch einmal. Die SP unterstützt die Prüfung, ob und wie eine Beschränkung für Flugwerbung im öffentlichen Raum in Zürich umsetzbar wäre. Der Stadtrat nimmt das Postulat auch entgegen, weil dies sowieso geprüft wird. Andere Städte, etwa Amsterdam, setzen bereits auf Beschränkungen klimaschädlicher Werbung, Flugreisen eingeschlossen. Erweist sich das auch für Zürich als umsetzbar, wird die SP-Fraktion dies unterstützen.

Samuel Balsiger (SVP): Man muss den Vorstoss nur lesen, um zu merken, dass Sie keine Ahnung haben. Sie schreiben bloss, dass implizite Werbung für Flugreisen verboten werden soll. Von expliziter Werbung ist nirgends die Rede. Macht die Swiss bspw. Werbung für ein günstiges Flugangebot, ist das explizit, weil ausdrücklich für Flugreisen geworben wird. Das bliebe gemäss dem Vorstoss weiterhin erlaubt. Implizit wäre, wenn im Fernsehen z. B. eine neue TV-Show in der Karibik gezeigt wird und man sich beim Zuschauen denkt, das sieht schön aus, dort will ich hinfliegen. Offenbar wissen Sie nicht einmal, welche Fremdwörter sie in ihrem eigenen Vorstoss verwenden. Man muss sich auch fragen, wie das überhaupt umsetzbar sein soll. Bei expliziter Plakatwerbung liesse sich noch sagen, das sei Flugwerbung und damit verboten. Aber was geschieht z. B. mit dem Tages-Anzeiger, der auf städtischem Gebiet verteilt und verkauft wird? Müsste dann jeden Morgen um fünf Uhr jemand die Vordrucke durchblättern, um zu prüfen, ob sich darin implizite Flugwerbung findet und im Zweifelsfall gleich ein Verkaufsverbot für die ganze Ausgabe aussprechen? Gilt dasselbe dann auch für Onlinewerbung, für sonstige Werbeformen oder für Flyer im Briefkasten? Das Ganze ist schlicht absurd. Seit dem Jahr 2019 wird der Klimairrsinn bewirtschaftet. Damals hiess es, werde die 1,5-Grad-Grenze erreicht, sei der Kipppunkt überschritten und die Welt gehe unter. Mittlerweile wurde diese Grenze sogar überschritten, doch die Welt funktioniert im Grossen und Ganzen weiterhin gut. Wir hatten zwar den heissesten Sommer in der Schweiz seit Messbeginn, doch dieser Messbeginn ist in der langen Geschichte der Erde nicht sehr aussagekräftig. Die Erde hat sich über Millionen Jahre entwickelt; ein Zeitraum von zweihundert Jahren hat auf diese Evolution keinen grossen Einfluss. Selbst mit diesem Hitzesommer ist die Welt nicht untergegangen. Mit dem Erreichen der 1,5 Grad sind die eigenen, seit dem Jahr 2019 verfolgten extremen Klimaziele auf Zürcher Ebene im Grunde gescheitert. Solche Vorstösse sollen bloss der eigenen Klientel zeigen, dass Sie es wenigstens versucht haben, auch wenn Sie gescheitert sind. Gut gemacht ist das jedenfalls nicht, wie das Wort implizit eindrücklich zeigt. Das Ganze zeugt von einer eingeeengten Denkweise. Wer Verbote als einziges Mittel sieht, lebt nicht in einer freien Gesellschaft. Es ist kein gutes Zeichen, wenn man sich ins Mikromanagement verrennt und glaubt, den Menschen über Verbote vorschreiben zu können, wie sie zu reisen haben. Ob Werbung gezeigt wird oder nicht, die Menschen werden so reisen, wie sie es für richtig halten.

Jane Bailey (SVP): Ich zitiere einen Absatz aus dem Postulat: «Die Stadt hat nur wenig Möglichkeiten, das Reiseverhalten respektive die Wahl des Verkehrsmittels der Bevölkerung zu beeinflussen.» Die Bevölkerung lässt sich also nicht ausreichend vom Klima-



wahn beeinflussen, also soll der Staat nachhelfen und Werbung verbieten. Geht's eigentlich noch? Ihr habt beim mündigen Bürger gar nichts zu beeinflussen und zu verbieten. Aber in diesem Rat gibt es offensichtlich für jedes städtische Problem dasselbe Erfolgsrezept: irgendein Drei-Säulen-Modell. So auch hier: erst beeinflussen, dann einschränken und wenn das nicht funktioniert verbieten. Hauptsache, der Bürger verhält sich am Ende so, wie es politisch erwünscht ist. George Orwell lässt grüssen. Das ist keine Klimapolitik, es ist betreutes Denken der Stadtzürcher Anstalt genannt Parlament.

Nicolas Cavalli (GLP): Ich gehe davon aus, dass es in diesem Vorstoss um Plakatwerbung geht. So habe ich es zumindest verstanden, auch wenn die Ausführungen von Samuel Balsiger (SVP) gar nicht so unlogisch sind. Wir von der GLP haben Verständnis, wenn es um ökologische Anliegen geht. Es mag den Anschein erwecken, dass wir uns damit in einem Dilemma befinden. Wir sind nicht nur grün, sondern auch liberal. Einer unserer Grundsätze lautet, dass legale Produkte auch legal beworben werden können sollen. Fliegen ist legal. Wer nun argumentiert, es gebe Produkte, die zu bewerben aus gesundheitlichen Gründen verboten sind, muss dies aus unserer Sicht national betrachten und nicht allein in der Stadt Zürich regeln. Wir sind überzeugt, dass die Wirkung eines solchen Werbeverbots in der Stadt weitgehend verpuffen wird. Die Werbung verschwindet nämlich nicht einfach. Sie wandert ab, zu Tech-Konzernen wie Google, Meta oder TikTok sowie zu anderen internationalen Plattformen. Aus wirtschaftsliberaler Sicht ist das eigentlich verwerflich, weil dadurch Wertschöpfung aus Zürich ins Ausland abfließt. Zudem ist Plakatwerbung eine vergleichsweise ressourcenschonende Werbeform, weshalb ein Verbot auch ökologisch nicht zwingend der richtige Weg ist. Es wurde bereits erwähnt, dass ein Werbeverbot das eigentliche Bedürfnis nicht reduziert. Das wäre so, als würden wir als Menschen gar nie reisen wollen, bis uns ein Produkt vor Augen geführt und dadurch erst ein Bedürfnis geweckt wird. Ich glaube vielmehr, dass der Mensch das Bedürfnis zu reisen ohnehin in sich trägt. Werbung ist einfach das Kommunikationsmittel, das einen über Möglichkeiten und Angebote informiert. Das Reisen wird durch ein Verbot nicht verschwinden. Eine Forderung, die wir schon lange stellen und bei der man pragmatisch bleiben muss, ist die Förderung synthetischer Treibstoffe. Das ist aus unserer Sicht der Weg, mit dem sich dieses Dilemma langfristig lösen lässt. Ein weiteres Problem der ganzen Diskussion ist die Abgrenzung: Gilt Werbung für einen Koffer bereits als Werbung für ein Reiseutensil und dürfte dieser dann nicht mehr beworben werden? Wie verhält es sich mit Angeboten wie Miles & More oder mit Logistikdienstleistungen? Ich glaube, die Stadt bzw. die Verwaltung müsste sich den Kopf zerbrechen, wie eine solche Abgrenzung überhaupt vorgenommen werden soll. Zusammenfassend geht es hier um eine Einschränkung der Wirtschaftsfreiheit, was wir nicht unterstützen, sowie um Verhältnismässigkeit. Es würden Arbeitsplätze und Wertschöpfung verdrängt, ohne dass damit ein Problem gelöst würde. Deshalb lehnen wir das Postulat ab.

Wolfgang Kweitel (Die Mitte): Wieso ausgerechnet Flugreisen? Kreuzfahrten verursachen pro Passagier und Reisetag deutlich höhere Emissionen als Flugreisen. Hinzu kommen Schwefel-, Feinstaub- und Stickoxidbelastungen. Konsequenterweise müsste man dann auch Werbung für Waren, die per Schiff kommen, für Fernreisen mit dem Bus oder



für Fast Fashion verbieten. Das Postulat greift willkürlich, ohne erkennbare Kriterien etwas heraus und steht damit ziemlich quer in der Landschaft. Am Schluss könnten wir trotzdem in den Himmel blicken und all die Flüge sehen, die vollgestopft mit Zürcherinnen und Zürchern über unsere Köpfe hinweggleiten. Zudem stellt sich die Frage, wie das Ganze rechtlich und praktisch umgesetzt werden soll. Ein Verbot für Werbung, die implizit Flugreisen beinhaltet, ist so schwammig formuliert, wie es nur geht. Ein paar Beispiele dazu: Ein Bild aus den Ferien mit einer Person vor einer Palme, geht das noch? Ein Hotel auf Tahiti, Werbung für einen Sprachaufenthalt in Malta, ein Reisebüro, ein Sportanlass im Ausland – wo genau würde da die Grenze verlaufen? Hinzu kommt, dass ein solches Verbot nur auf städtischem Grund gelten würde, nicht aber in Printmedien, online, auf Social Media oder auf privaten Flächen nur wenige Meter daneben. Es handelt sich also um reine Symbolpolitik, um der Symbolpolitik willen. Das kann man machen, wenn man will, zumal die Postulanten selbst einräumen, dass die Stadt das Reiseverhalten kaum beeinflussen kann. Das hält sie aber offenbar nicht davon ab, es zu versuchen, ausgerechnet in einer Stadt, deren Wohlstand zu einem Teil direkt vom internationalen Hub abhängt. Der Kampf um Netto-Null bis zum Jahr 2040 wird nicht auf städtischer Ebene geführt und schon gar nicht dort entschieden. Die Mitte lehnt das Postulat ab.

Martin Busekros (Grüne): *Die heutige Debatte ist wirklich traurig. Wir kennen das bereits von der nationalen Ebene: Wir Grünen stellen Lösungen vor und von rechter Seite kommt nur Abwehrhaltung. Ihr vergesst dabei, dass auch ihr ein Problem habt. Einzig Nicolas Cavalli (GLP) hat mit dem Verweis auf synthetische Treibstoffe einen Lösungsvorschlag gemacht, auch wenn das aus unserer Sicht keine gute Lösung ist. Von allen anderen kam nur Abwehr. Die Reaktion rührt vermutlich daher, dass ihr euch persönlich angegriffen fühlt, weil ihr das Ganze aufs Individuum bezieht. Wir hingegen betrachten das Problem systemisch: Tausende Menschen fliegen mehrmals im Jahr. Werbung regt diesen Flugverkehr zusätzlich an. Reduziert man die Werbung, reduziert sich auch der Flugverkehr ein Stück weit – wenn auch nicht auf null, da die persönliche Freiheit vollständig bestehen bleibt. Man kann ein Flugticket auch dann buchen, wenn man vorher keine Tramwerbung für einen Flug nach Kairo gesehen hat. Alle echten Bedürfnisse lassen sich weiterhin erfüllen. Das Votum von Yves Peier (SVP) fand ich grundsätzlich sehr gelungen. Du hast eine vertiefte Meinung zum Tourismus und Übertourismus. Werbung befeuert genau diesen Übertourismus. Man macht keine Werbung für Orte, an denen niemand ist, sondern für Orte wie Kairo oder Mallorca, wo schon alle sind, was wiederum viele weitere Probleme mit sich bringt. Wir bleiben an diesem Thema dran, weil der Flugverkehr einen Viertel unserer Emissionen ausmacht. Das ist der grösste Einzelposten. Zur Einordnung, weil viele die tatsächliche Grössenordnung des Flugverkehrs in der persönlichen Bilanz vermutlich nicht kennen: Für einen einzigen Hin- und Rückflug nach Japan müsste man sich zehn Jahre lang vegetarisch ernähren, um dieselbe Menge CO₂ einzusparen. Es ist wirklich bedauerlich, dass von rechter Seite kaum Lösungen kommen. So kommen wir nicht weiter. Würden wir nicht darauf aufmerksam machen, würde gar nichts passieren. Deshalb werden wir eben unbequem sein. Viele Leute hassen uns dafür, aber wir tun es trotzdem, weil es richtig ist. Es ist keine Frage der Moral, ob jemand fliegt oder nicht, sondern es geht um Fakten. Man kann genau beziffern, wie viele*



Kilogramm CO₂-Emissionen ein einzelner Flug verursacht, ebenso wie von den Tausenden Flüge der Stadtzürcher*innen. Das hat einen realen Einfluss auf unser Klima, der sich in höheren Temperaturen, Trockenheit und Extremwetterereignissen niederschlägt, die unsere Gesellschaft insgesamt negativ beeinflussen. Am stärksten trifft es Menschen im globalen Süden, die über weniger Privilegien als wir verfügen und von denen 80 Prozent noch nie in ihrem Leben geflogen sind. Reissen wir uns zusammen. Noch ein Hinweis: Gemeint ist selbstverständlich nur Werbung, die in städtischer Kompetenz liegt.

Leonora Seiler (Grüne): Ich will kurz auf Samuel Balsiger (SVP) reagieren. Hätten Sie unser Postulat gelesen, wüssten Sie, dass darin von Werbung für Flugreisen und Werbung, die implizit eine Flugreise beinhaltet, die Rede ist. Das «und» ist dabei ein Verbindungswort, das beides gemeinsam meint, kein «oder». Weiter habe ich gehört, dass Sie darüber lachen, dass wir unser Ziel nicht erreichen. Es sollte doch unser gemeinsames Anliegen sein, die Ziele der Stadt zu erreichen. Oder wollen Sie gegen den Volkswillen arbeiten? Wer ans Meer reisen will, kann das übrigens sehr gut auch mit dem Zug tun.

Michael Schmid (AL): Die AL unterstützt das Postulat. Die Zahlen sind klar: Von den indirekten Emissionen der Stadt Zürich entfällt rund ein Viertel auf Flugreisen. Davon sind fünf Sechstel Freizeitverkehr. Das ist der grösste Brocken. Als städtische Politik haben wir diesbezüglich kaum etwas in der Hand. Was wir aber sehr wohl beeinflussen können, ist der öffentliche Raum und wie dieser genutzt wird. Wir könnten entscheiden, ob in der ganzen Stadt Trams herumfahren, die grossflächig mit Werbung für Billigflüge beklebt sind, ob auf städtischen Gebäuden für Flugreisen geworben wird oder ob man den öffentlichen Raum nicht sinnvoller gestalten könnte. Dass die Stadt Zürich sogar auf eigenen Fahrzeugen und Gebäuden derart umfassend für Flugreisen wirbt, widerspricht klar dem Klimaartikel in der Gemeindeordnung, den das Stimmvolk im Jahr 2022 mit 75 Prozent angenommen hat. Es bräuchte dafür eigentlich gar kein Postulat, sondern nur den Willen der Regierung, die Gemeindeordnung umzusetzen. Wir gehen davon aus, dass der Stadtrat dieses Postulat zusammen mit der Weisung zur Motion GR Nr. 2024/178 dem Rat zur Abschreibung vorlegen wird. Das kann in Ordnung gehen, wenn die Weisung tatsächlich liefert. Dieses Postulat ist ein Grund mehr, genau hinzuschauen. Patrik Brunner (FDP) und Nicolas Cavalli (GLP) haben über Werbefreiheit gesprochen. Es gibt in der Stadt Zürich bereits eine spezifische Regelung, wonach übermässig sexistische Werbung verboten ist. Offenbar findet ihr also, dass auch das wieder erlaubt werden sollte. Yves Peier (SVP) meinte, ohne Flugwerbung könnten wir uns nicht mehr informieren und keine Flugangebote vergleichen. Das ist insofern absurd, als Flugwerbung notorisch dafür bekannt ist, bei den tatsächlichen Preisen irreführend zu sein. Samuel Balsiger (SVP) hat sehr weit über evolutionäre und geologische Zeiträume ausgeholt, in denen es bereits Klimaveränderungen gab, was durchaus stimmt. Nur handelt es sich dabei meist um Phasen, die mit einem Massenaussterben einhergingen – so extrem wie das, was uns jetzt bevorsteht. So lässt sich das Problem der Flugreisen natürlich auch lösen. Jane Bailey (SVP) stört sich daran, dass die Politik bzw. der Gemeinderat die Bevölkerung beeinflusst, offenbar aber nicht daran, dass private Firmen die Bevölkerung mit omnipräsenter Werbung beeinflussen. Nicolas Cavalli (GLP) befürchtet, dass bei weniger



Plakatwerbung für Flugreisen die Fluggesellschaften einfach mehr Onlinewerbung schalten würden. Dieses Argument ist ziemlich aus der Luft gegriffen. Möglich wären höchstens mehr Zeitungsinserate, was auch nicht schaden würde. Die Sättigung im Online-markt ist längst erreicht, weshalb dort kaum ein zusätzliches Banner erscheinen wird, nur weil in Zürich weniger Plakatwerbung für Flüge zu sehen ist. Nicolas Cavalli (GLP) würde ich empfehlen, eine Excel-Tabelle zur Hand zu nehmen und auszurechnen, wie viel Solarproduktion nötig wäre, um den heutigen Flugverkehr mit synthetischem Treibstoff zu versorgen. Gibt es dafür überhaupt genug Fläche auf der Erde und wie stark müsste der Wirkungsgrad unserer heutigen Technologie gesteigert werden, um den Flugbetrieb damit aufrechtzuerhalten? Von der GLP erwarte ich mir eigentlich eine fundiertere Betrachtung. Es dürfte ziemlich klar sein, dass die Erzählung rund um synthetische Treibstoffe vor allem der Flugindustrie dient, damit diese sich nicht selbst in die Pflicht nehmen muss, sondern eine Scheindebatte führen kann. Klimaneutrales Fliegen ist nicht möglich.

Patrik Brunner (FDP): *Ich will auch noch ein bisschen aufräumen, gerade beim Thema sexistische Werbung. Wenn ich Michael Schmid (AL) erklären muss, was der Unterschied zwischen einer ganzen Branche und einer einzelnen Ausprägung ist, weiss ich auch nicht mehr weiter. Eine nackte Frau auf einem Flugzeug will niemand hier im Rat auf einem Plakat. Das kann man nicht damit vergleichen, eine ganze Branche abzuwürgen. Das war ein wirklich schwaches Argument. Bevor du hier ein Seminar über synthetische Treibstoffe hältst, solltest du die eigenen Argumente besser fundieren. Zum Lösungsvorschlag von Martin Busekros (Grüne): Zürich zählte laut ChatGPT im Jahr 2025 rund 270 000 Flugbewegungen, China dagegen 12 447 000 Flugbewegungen. Da ihr politisch ohnehin mit der kommunistischen Partei verwandt seid, könntet ihr dort ein Flugwerbeverbot anregen. Das hätte einen viel grösseren Effekt auf die CO₂-Bilanz. Du hast Lösungen gefordert. Auch die FDP ist bei gescheiterten Lösungen dabei. Ich erinnere daran, dass wir 40 Klimavorstösse im Jahr 2022 eingereicht haben, von denen 35 von Links-Grün abgeschmettert wurden. Wir haben also schon Lösungen gebracht, bevor Du überhaupt im Rat warst. Das hat Euch auch nicht gepasst. Ob Verbote wirklich die Lösung sind, die uns weiterbringt und das Klima rettet, weiss ich nicht. Der Präsident hat mich gebeten, versöhnlich zu enden. Das tue ich gern. Die einzige Lösung mit wirklich grosser Wirkung ist, wenn wir bei uns selbst anfangen: Wenn jede und jeder von uns im Rahmen der eigenen Möglichkeiten sagt, ich reise nicht, ich fliege nicht, ich verzichte auf die Bratwurst aus dem eigenen Wertekanon heraus, aus intrinsischer Motivation und aus Verantwortungsgefühl für die globale Gemeinschaft, dann ist das der eigentliche Anfang. Kein Verbot dieser Welt kann das ersetzen. Ich hoffe, das war versöhnlich genug.*

Das Postulat wird mit 57 gegen 61 Stimmen (bei 0 Enthaltungen) abgelehnt.

Mitteilung an den Stadtrat



9 / 9

Im Namen des Gemeinderats

Präsidium

Sekretariat