



## Auszug aus dem substanziellen Protokoll

### 3. Ratssitzung vom 27. Mai 2026

130. 2025/466

**Postulat von Ronny Siev (GLP) und Karin Weyermann (Die Mitte) vom 01.10.2025: Städtische Sportanlagen, Zulassung von Lautsprecherdurchsagen, die hauptsächlich kommerziellen Reklamezwecken dienen**

Gemäss schriftlicher Mitteilung ist die Vorsteherin des Sicherheitsdepartements namens des Stadtrats bereit, das Postulat zur Prüfung entgegenzunehmen.

*Karin Weyermann (Die Mitte) begründet das Postulat (vergleiche Beschluss-Nr. 5223/2025): Wir haben heute bereits viel über Freiwilligenarbeit und Sport gehört – und damit machen wir weiter. Wir wechseln von der Fussball-Weltmeisterschaft im Breiten-sport hinunter zu den unteren Ligen. Die Swiss Football League, Schweizer Cup-Spiele und UEFA-Länderspiele dürfen Lautsprecherdurchsagen tätigen und dort auch Werbung machen. Als Fan der Grasshoppers (GC) bleibt mir die Toblerone-Werbung immer in Erinnerung. Hier reden wir jedoch nicht von der höchsten Liga, sondern von den Clubs und Sporttreibenden in den unteren Ligen, die unsere Sportzentren und Rasensportanlagen über die ganze Stadt verteilt nutzen. Wir als Wipkinger kennen den FC Wipkingen, den FC Seefeld oder den FC Neumünster, aber es gibt noch viele andere. Diese Vereine funktionieren mit vielen Ehrenamtlichen, sind aber auch auf Trainer angewiesen, die – wenn auch nicht für viel, so doch für eine Entschädigung – Juniorinnen und Junioren trainieren. Dies geschieht mit viel Engagement, Freude und im Sinn unserer Gesellschaft. Die Ausgangslage in der Stadt Zürich ist jedoch folgende: Auf den Sportanlagen dürfen während des Spiels nur Matchdurchsagen getätigt werden. Man darf ansagen, dass es ein Tor gegeben hat oder eine Auswechslung ansteht. Den lokalen Bäcker, der den Verein unterstützt, oder den Handwerker, der dem Nachbarverein die Trikots finanziert, darf man nicht bewerben. Damit haben unsere Stadtzürcher Vereine einen Nachteil gegenüber Vereinen ausserhalb der Stadt Zürich, die über diese Quellen zusätzliche Einnahmen erschliessen können. Es ist bekannt, dass es heute schon schwierig ist, Sponsoren und Gelder zu finden, ganz abgesehen von der Infrastruktur. Wir sehen nicht ein, warum wir unseren Sportvereinen noch einen Stein zwischen die Beine legen sollen. Daher beantragen wir, die Ausnahmegewilligung für Lärm so zu erweitern, dass diese Möglichkeiten auch auf den anderen Rasensportanlagen genutzt werden können. Es ist klar: Wenn man an einem Sonntag neben einem Feld wohnt, möchte man nicht im Minutentakt Musik und Durchsagen hören. Ich glaube aber, dass es sinnvolle Lösungen und einen Mittelweg gibt. Unsere Vereine könnten zum Beispiel einen Ballsponsor präsentieren, ohne dass während des ganzen Spiels Musik läuft und die Nachbarschaft beschallt wird.*



2 / 5

**Lisa Diggelmann (SP)** begründet den von Leah Heuri (SP) namens der SP-Fraktion am 29. Oktober 2025 gestellten Ablehnungsantrag: Es wurde mehrfach erwähnt, dass die Sportvereine in finanziellen Nöten steckten und zwingend auf Speaker-Durchsagen angewiesen seien, um ihre Sponsoren zu verdanken. Das bezweifle ich. Ich glaube nicht, dass irgendein Sponsor einen Hunderter oder Tausender mehr gibt, nur weil man sagen kann: «Vielen Dank dem Elektriker Müller für das Ballspacing.» Es ist etwas illusorisch anzunehmen, dass dies wirklich mehr Geld in die Kassen dieser Vereine spülen würde. Dazu kommt, dass sich die Sportvereine auf städtischen Anlagen befinden. Die Stadt subventioniert viel, indem sie die Infrastruktur zur Verfügung stellt. Ich sehe nicht ein, dass die Nachbarschaft mit Werbedurchsagen beschallt werden soll. Die Beschallungsanlage ist da, um den Verbandsvorschriften zu genügen. Ab einem gewissen Niveau ist es erforderlich, Tore und Auswechslungen anzusagen, aber es braucht nicht noch im Minutentakt einen Dank an Sponsoren. Ich glaube, die wirklich lukrative Werbefläche ist das Trikot. Ich bezweifle stark, dass es Sponsoren gibt, die darauf erpicht sind, mehrfach über die Speaker-Durchsage erwähnt zu werden. Die SP lehnt das Postulat ab.

Weitere Wortmeldungen:

**Christine Huber (GLP):** Es geht darum, ob auf Sportanlagen in der Stadt Zürich künftig Lautsprecherdurchsagen, die vor allem kommerziellen Reklamezwecken dienen, erlaubt werden sollen. Zur Begründung fünf Punkte: Erstens sind viele Vereine auf zusätzliche Einnahmequellen angewiesen, um ihren Betrieb zu sichern; sei es für die Nachwuchsarbeit oder die Infrastruktur. Kommerzielle Lautsprecherdurchsagen bieten eine faire Möglichkeit, lokale Sponsoren sichtbar zu machen. Damit unterstützen wir direkt den Breitensport ohne zusätzliche städtische Mittel. Die Sportclubs übernehmen zweitens eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, nicht nur bezüglich Gesundheit, sondern auch bei der Integration und Wertevermittlung. Unsere Sportvereine haben enorme personelle und finanzielle Herausforderungen und verdienen deshalb unsere Unterstützung. Drittens verlangt das Postulat keine unkontrollierte Werbeflut. Niemand redet von Werbung im Minutentakt. Es geht um eine geordnete Zulassung, eingebettet in klare Regeln, die Lärmschutz, Frequenz und Inhalt definieren. Die Verwaltung kann sicherstellen, dass Durchsagen massvoll, zeitlich begrenzt und standardgerecht erfolgen. Damit bleiben die Interessen der Anwohner gewahrt. Viertens stärken kommerzielle Durchsagen nicht nur die Vereine, sondern auch die lokale Wirtschaft. Viele kleine und mittlere Unternehmen unterstützen die Sportvereine seit Jahren ohne grosse Sichtbarkeit. Eine kurze Erwähnung über die Lautsprecherdurchsage ist eine kostengünstige und wirksame Form der lokalen Werbung, die den Zusammenhalt im Quartier fördert. Fünftens generieren Fussballclubs von ausserhalb durch Lautsprecherwerbung Werbeeinnahmen. Dies bleibt den städtischen Fussballclubs verwehrt. Unsere städtischen Vereine, die gegen auswärtige Klubs spielen, haben damit einen klaren Nachteil. Das wollen wir mit dem Postulat ändern.

**Roger Suter (FDP):** Liebe Lisa Diggelmann (SP), auch wenn du nicht glaubst, dass es so mit dem Sponsoring funktioniert – das ist Sinn und Zweck des Sponsorings. Dass ich als Unternehmer, Elektriker oder Maler etwas gebe und dafür erwähnt werde. Das ist genau Ziel und Zweck des Sponsorings. Das war nie anders und so soll es weitergehen.



**Urs Riklin (Grüne):** Wenn ich mit dem Öffentlichen Verkehr (ÖV) vom Zürich HB an einen Sportanlass ins Stadion Letzigrund fahren möchte, verführt mich zuerst am Hauptbahnhof ein Schokoladenhersteller zu einer zart schmelzenden Haselnussmilchschokolade. Im Tram bekomme ich dann Erinnerungen, dass ich meine Reise zum Zahnarzt in Deutschland noch organisieren muss. Wenn ich beim Stadion Letzigrund aussteige und zum Eingang laufen möchte, renne ich mit dem Kopf fast in einen digitalen Werbebildschirm, weil dieser mitten auf dem Trottoir platziert wurde. Darauf sehe ich eine Werbung von «Cher» und frage mich, ob die 80-jährige Sängerin ein Konzert im Stadion gibt. Bei genauerem Betrachten lerne ich, dass es sich um eine Fluggesellschaft handelt, von der ich noch nie gehört habe. Nachdem ich den Ticketeinlass überwunden habe und noch an ein paar Getränkewerbungen vorbeigekommen bin, kann ich endlich meinen Sitzplatz einnehmen und freue mich auf das Fussballspiel. Ich schaue mir noch die Bandenwerbung an und informiere mich über die neusten Automodelle. Endlich steht der Schiedsrichter auf dem Platz und möchte das Spiel freigeben. Die Spannung steigt, der Stadionsprecher greift zum Mikrofon, um die Stimmung einzuheizen: «Mars-macht-Mobil für Arbeit, Sport und Spiel.» Entschuldigung, das Sitzungsgeld vom Gemeinderat ist etwas tief, darum müssen wir zwischendurch Werbungen einschalten. Willkommen in der «Brave New World». Es ist sicher kein Geheimnis, dass wir Grüne gegen eine Kommerzialisierung des öffentlichen Raums sind. Darum sind wir auch dagegen, dass der öffentliche Raum überall mit kommerzieller Werbung zugemüllt wird. Diese dient einzig dem Zweck, den Konsum anzukurbeln und Bedürfnisse bei den Menschen zu wecken, die sie vorher nicht kannten. Wir sind der Ansicht, dass wir im öffentlichen Raum bereits zu sehr mit Werbung berieselt werden. Sogar der Bund ist der Meinung, dass Werbung negative Folgen haben kann, und denkt darüber nach, wie man sie weiter einschränken könnte. Wir möchten keinen durchdringenden Werbeterror. Darum lehnen wir das Postulat ab.

**Christian Häberli (AL):** Es wird wohl niemanden überraschen, dass auch die AL-Fraktion das Postulat ablehnt, das mit Lautsprecherdurchsagen kommerzielle Werbung auf den Sportplätzen machen möchte. Lisa Diggelmann (SP) hat es schon angedeutet: Ich kenne mich nicht so gut mit Fussball aus, eigentlich gar nicht. Aber ich habe auch den Eindruck, dass in den unteren Ligen gewisse Regeln gelten, was man während eines Spiels über den Lautsprecher durchsagen darf und was nicht. Ich gehe davon aus, dass es offizielle Mitteilungen wie Torschützen, Aufstellungen, Auswechslungen oder Sicherheitshinweise und Anweisungen der Klubleitung sind. Ein Zeitraum, in dem man kommerzielle Werbedurchsagen über den Lautsprecher machen kann, ist die Pause. Dann haben nicht nur die Zuschauer gern eine Pause von der Beschallung, sondern insbesondere die Anwohner. Aus Rücksicht auf sie wurden die Lärmschutzmassnahmen ergriffen. Die Postulant\*innen begründen ihren Antrag damit, dass es darum gehe, Sponsoren zu verdanken. Sie argumentieren, dass durch das heutige Verbot weniger Einnahmen möglich und letztlich die Sportvereine in ihrer Existenz bedroht seien. Das ist eine gut gemeinte Argumentation. Nur vergesst ihr, wer eigentlich die Hauptsponsorin der meisten Veranstaltungen auf den Sportplätzen im öffentlichen Raum ist: das Gemeinwesen namens Stadt Zürich. Indirekt ist es auch ein Stück weit der Gemeinderat, der gewisse Sachen bewilligt. Wenn beim Spiel des FC Wipkingen der Gemeinderat XY oder



die Gemeinderätin XYZ mit den Worten: «Dank euch können wir jetzt dort schuffen» aufgerufen würde, ist das eine absurde Vorstellung. Wenn man die Anzahl Nennungen ins Verhältnis zu den Sponsoringbeiträgen setzt, dann müsste man in einer 15-minütigen Pause 13 Minuten lang die Stadt Zürich erwähnen und hätte dann noch zwei Minuten Zeit für andere Sponsoren. Das ist vielleicht der Stoff für das nächste Postulat. Wer wirklich nicht genug davon hat, sich in Pausen mit Werbung berieseln zu lassen, der kann das in einer prominenten Hallensportart auf Glatteis tun, wo dafür extra Pausen eingebaut werden.

**Karin Weyermann (Die Mitte):** Da können ein paar Sachen nicht unwidersprochen bleiben. Wie Sponsoring funktioniert, hat die FDP dankenswerterweise erklärt; vielleicht lernen es auch die Linken. Ich möchte auf zwei Punkte eingehen: Von all den Werbungen, die Christian Häberli (AL) aufgezählt hat, werden die Clubs nicht gesponsert. Es sind lokale Gewerbe, die ihre Vereine vor Ort unterstützen und dankbar sind, wenn sie genannt werden. Denn das Publikum vor Ort ist es vielleicht auch, das nachher den lokalen Maler, den Elektriker oder den Bäcker berücksichtigt. Und nein, es gibt nicht nur in der Pause die Möglichkeit für Werbungen. Ich gehe oft genug an Fussballspiele in den höchsten Ligen, wo regelmässig eine rote Karte oder ein Tor von einem Sponsor präsentiert werden. Damit ist die Lärmbelastung nicht viel höher, weil man sagen kann: «Diese rote Karte wird von XY präsentiert». Ich glaube, das ist vertretbar. Selbstverständlich ist die Stadt Zürich der grösste Sponsor. Aber schauen Sie, wie knapp all diese Sportvereine heute finanziell dastehen und wie gross der Andrang gerade bei Fussballklubs, aber auch bei vielen anderen Sportarten ist. Es ist eine gute Investition, wenn man diese Klubs so alimentiert, dass sie ihren Trainer\*innen etwas für ihr Engagement zahlen können.

**Sascha Rüegg (SVP):** Ich bin verantwortlich für die Quartierausscheidung des Zürich-Hegels in Seebach. Ohne Sponsoren funktioniert es nicht. Der grösste Sponsor mag die Stadt sein; ich zahle so auch an die öffentlichen Anlagen. Aber das Material und die ganze Infrastruktur, die es neben der städtischen Infrastruktur braucht, müssen ebenfalls finanziert werden. Wenn solche Events den Sponsoren, sei es ein Kleinbetrieb, die Zürcher Kantonalbank ZKB oder eine andere Bank, zu verdanken sind, dürfen wir diese sehr wohl nennen. Das wird nicht im Minutentakt passieren, wie ihr glaubhaft machen wollt. Das mag beim Fussball so sein, aber es gibt auch Schwingfeste und Turnvereinsanlässe in Zürich, die man berücksichtigen kann. Darum unterstützen wir das Postulat.

**Lisa Diggelmann (SP):** Man muss wieder auf die Fakten zurückkommen. Wir reden jetzt davon, dass es die Sportvereine finanziell schwierig haben, dass es ein Ehrenamt ist, das man unterstützen möchte, und dass Trainerinnen und Trainer die Möglichkeit haben sollen, für ihr Engagement honoriert zu werden. Ich finde es wunderbar, dass wir hier alle offensichtlich das Gleiche vorhaben und denken. Es ist jedoch absolut illusorisch zu glauben, ein Verein hätte mit drei Lautsprecherdurchsagen so viel mehr finanzielle Einnahmen, dass er keine finanziellen Sorgen mehr hätte, weil das Ehrenamt so schwierig zu besetzen sei. Das ist völlig realitätsfremd. Wir reden nicht von Profivereinen. Ich finde es spannend, dass die rechte Ratshälfte das Gefühl hat, sie müsse den linken Politiker\*innen Sponsoring erklären. Ich wünschte mir, dass sich gewisse Personen vertieft damit



5 / 5

auseinandersetzen würden. Da gibt es viele interessante Studien dazu; man kann gern auf mich zukommen, wenn man mehr Informationen möchte. Aber es ist wirklich illusorisch zu denken, damit würden die finanziellen Sorgen der Quartiersportvereine gelöst.

**Martina Zürcher (FDP):** Nein, liebe Lisa Diggelmann (SP), die finanziellen Sorgen werden damit nicht gelöst, aber es kann ein kleiner Beitrag dazu sein. Im Unterschied zu meiner Vorrednerin habe ich in einer unteren Liga gespielt und nicht nur in der obersten wie sie. Dort kommt es auf alles drauf an: Hat man einen Ball gesponsert bekommen, hat man ein Leibchen und so weiter. Zur Lärmbelastung würde ich sagen, dass diese gegeben ist. Ich bin von den 125 Personen hier wahrscheinlich die, die am nächsten bei einer Sportanlage wohnt – nämlich gerade neben der Sportanlage Harthof. Ich kann Ihnen sagen: Von Samstagmorgen 8 Uhr bis Sonntagabend 18 Uhr ist dort ein Gehabe und Gerufe. Da kommt es, wenn ich ein bisschen salopp bin, wirklich nicht darauf an, ob es eine Lautsprecherdurchsage mehr oder weniger hat. Wenn der Verein dafür einen Match mehr hat, dann mache ich das mit. Denn es ist wirklich die ganze Zeit Lärm. Probieren wir es doch. Wenn es nichts bringt, dann kann man es ja wieder einstellen.

**Sascha Rüegg (SVP):** Ich beziehe meine Dinge nicht aus Studien, sondern aus Erfahrung. Ich sehe am eigenen Schaffen, dass wir auf Sponsoren angewiesen sind. Wenn diese sagen: «Bitte erwähnt uns am Lautsprecher, sonst kommen wir nicht», dann bin ich dafür, dass wir die Durchsagen machen. Damit wir konkurrenzfähig gegenüber umliegenden Gemeinden sind und weiter erfolgreich Breitensportanlagen durchführen können.

**Urs Riklin (Grüne):** Das Nein wird von der Grünen Partei gesponsert und geht an GLP und Die Mitte. Ich hoffe, dass es keine weiteren Lautsprecherdurchsagen braucht.

**Christine Huber (GLP):** In der Debatte wurde Werbung an Super-League-Spielen mit Werbung im Amateursport verwechselt. Ich schliesse mich den Vorredner\*innen: Lautsprecherdurchsagen sind ein Tropfen auf den heissen Stein, aber sehr wichtig.

Das Postulat wird mit 56 gegen 59 Stimmen (bei 0 Enthaltungen) abgelehnt.

Mitteilung an den Stadtrat

Im Namen des Gemeinderats

Präsidium

Sekretariat