



1. April 2026

## Interpellation

von Michael Schmid (AL) und Anna Graff (SP)

Artikel 7 der Vorschriften über das Anbringen von Reklameanlagen im öffentlichen Grund schreibt vor, dass Reklamen nicht zu Gefährdungen für den Verkehr führen dürfen. Diese Bestimmung stimmt überein mit Artikel 6 des Strassenverkehrsgesetzes, welches Reklamen untersagt, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen können, namentlich durch Ablenkung der Strassenbenützenten. Die Signalisationsverordnung präzisiert dies in Artikel 96, indem sie Reklamen im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen und Ausfahrten untersagt. Diese Bestimmung wird auch auf der städtischen Webseite zu Strassenreklame aufgeführt.

Im weiteren hat die Stadt Zürich zusammen mit einigen Kanton im Rahmen der «Interkantonalen Arbeitsgruppe zur einheitlichen Beurteilung sowie Anwendung von Werbung und Reklamen im Strassenraum» ein Merkblatt zu Reklamen im Strassenraum herausgegeben. Dieses wiederholt die bereits erwähnten Bestimmungen und verbietet im weiteren Reklame mit bewegten Bildern.

Die Beratungsstelle für Unfallverhütung empfiehlt in einem Grundlegendokument, welches sich auf obige Bestimmungen abstützt, einen Abstand von 20 Metern zu Fussgängerstreifen.

Im weiteren hat die Schweizerische Vereinigung der Mobilitäts- und Verkehrsfachleute die ablenkende Wirkung von Werbung mit dynamischen Inhalten im Strassenraum untersucht und daraus abgeleitet im 2016 ein Merkblatt «Reklame im Strassenraum» herausgegeben. Es bezeichnet Werbung als unzulässig im Nahbereich von Querungen und Verflechtung des Auto- mit dem Fuss- und Veloverkehr. Dynamische Werbung im Mischverkehr von MIV und Velo ist nur zulässig, wenn die Standzeit eines Bildes wenigstens 25 Sekunden beträgt und gleichzeitig die Fahrbahn genügend breit ist.

Auch das Bundesgericht hat zu Werbung im Strassenraum geurteilt, insbesondere dass sie bei Kreiseln unzulässig ist (2A.249/2000), und dass schon eine entfernte, potentielle Verkehrsgefährdung genügt, um eine Reklame zu verbieten, und dass wirtschaftliche Interessen gegenüber der Verkehrssicherheit nachrangig sind (2A.431/2004).

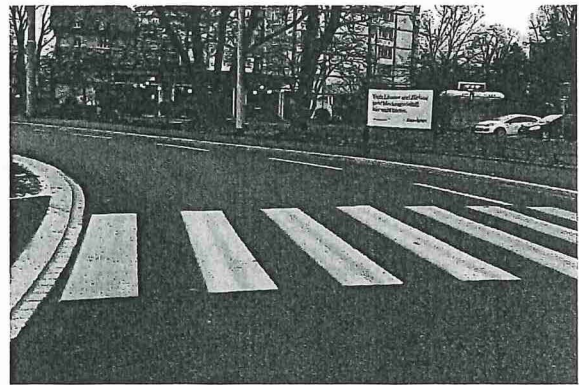
Gleichzeitig sind in der Stadt Zürich in grosser Zahl Reklamen im Strassenraum zu sehen, welche den eingängigen Bestimmungen offenkundig widersprechen. Unten sind eine kleine Auswahl an Beispielen aufgeführt. Wir bitten den Stadtrat um Beantwortung der folgenden Fragen.

1. Inwieweit gelten die in Einleitung aufgeführten Gesetze, Gerichtsentscheide und Merkblätter nach Ansicht des Stadtrats für die Stadt Zürich?
2. Welche weiteren massgeblichen gesetzlichen Bestimmungen gelten für Werbung im Strassenraum in der Stadt Zürich?

3. Kommen die einschlägigen Empfehlungen zu Standzeiten eines Bildes bei Werbebildschirmen zur Anwendung?
4. Für jedes unten aufgeführte Beispiel bitten wir um eine Beurteilung, ob der Stadtrat das Beispiel als vereinbar den rechtlichen Vorgaben zur Strassenwerbung sieht, und wieso, oder andernfalls welche Schritte er unternehmen wird zur Behebung des rechtswidrigen Zustands.
5. Geschieht bei Ablauf einer Bewilligung für Reklame im Strassenraum (Art. 5 VARöG) eine systematische Prüfung ihrer Rechtmässigkeit?
6. Gedenkt der Stadtrat die bestehende Bewilligungspraxis aufgrund der vorliegenden Interpellation strenger an die gesetzlichen Vorgaben anzupassen?



**Abb. 1:** Bahnhof Wiedikon



**Abb. 2:** Letzigrund



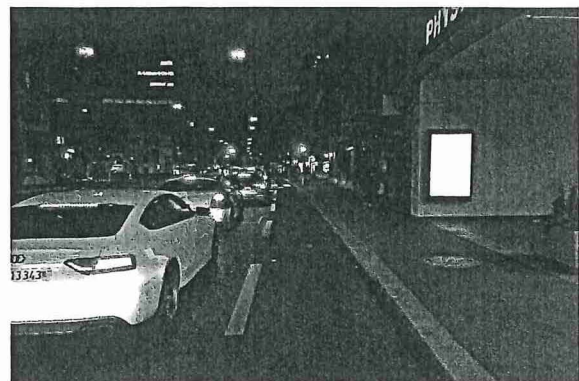
**Abb. 3:** Badenerstrasse 647



**Abb. 4:** Albisriederplatz



**Abb. 5:** Badenerstrasse 414



**Abb. 6:** Badenerstrasse 298

Michael Schmid

Amer