

13. Juli 2022

Postulat

Fraktionen der SP, Grünen und AL

Der Stadtrat wird aufgefordert zu prüfen, wie der aktuelle Bestand an Leuchtdrehsäulen und digitalen Werbeflächen in der Stadt Zürich zum frühestmöglichen Zeitpunkt ausser Betrieb genommen und weitergegeben oder umweltschonend entsorgt werden kann. Die auf öffentlichem Grund stehenden digitalen Werbeträger sollen dabei nicht durch analoge Reklameflächen ersetzt werden.

Begründung:

Die Stadt Zürich bekennt sich zum Ziel der 2000-Watt-Gesellschaft und zum Klimaziel Netto Null bis 2040. Um diese Ziele zu erreichen, muss die Stadt in allen möglichen Bereichen direkte und indirekte Emissionen reduzieren. Mit dem Abbau des aktuellen Bestands an Leuchtdrehsäulen und digitalen Werbebildschirmen kann die Stadt in beiden Bereichen einen Beitrag leisten: So geht einerseits aus der Energiebilanz 2017 der Stadt in Zusammenarbeit mit der Plakatgesellschaft Clear Channel hervor, dass «die zusätzliche Installation von digitalen Werbeträgern oder der Ersatz eines Plakat-Scrollers mit einem LCD-Werbescreen [...] sowohl den Energiebedarf als auch die Treibhausgasemissionen [erhöhen]»¹. Zudem erhöht kommerzielle Werbung, welche auf solchen Bildschirmen projiziert wird, den Konsum von Privaten, die sich in der Stadt Zürich im öffentlichen Raum bewegen. Somit trägt der Inhalt, der auf solchen Leucht- und digitalen Werbeflächen figuriert, zur Erhöhung indirekter Emissionen auf Stadtgebiet bei. Die Abschaffung digitaler Werbebildschirme würde somit die direkten und indirekten Emissionen auf Stadtgebiet reduzieren sowie zu weniger Lichtverschmutzung führen. Zudem hat die Erfahrung mit den bisherigen digitalen Werbeflächen gezeigt, dass diese visuell sehr dominant sind und das Stadtbild tags wie nachts extrem stören.



¹ Martina Alig, Rolf Frischknecht, treeze Ltd., fair life cycle thinking. «Vergleichende, vereinfachte Energie- und Treibhausbilanz eines LCD-Werbescreens mit einem Plakat-Scroller. Schlussbericht» 19. Juni 2017.

