**Auszug aus dem Protokoll des Regierungsrates des Kantons Zürich**

KR-Nr. 278/2026

Sitzung vom 4. November 2026

## 1193. Anfrage (Propagierung von Werbeverboten durch die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften [ZHAW])

Kantonsrat Dieter Kläy, Winterthur, Kantonsrätin Anita Borer, Uster, und Kantonsrat Thomas Anwander, Winterthur, haben am 6. Juli 2026 folgende Anfrage eingereicht:

Medienberichten zu Folge soll die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) für Werbeeinschränkungen plädieren. Angeblich soll sie in der Stadt Zürich einen Pilotversuch vorgeschlagen haben, welcher an die Forderungen eines im Gemeinderat der Stadt Zürich überwiesenen Vorstoss für ein Werbeverbot anknüpft.

Gleichzeitig sieht die ZHAW in ihrer Strategie den Grossraum Zürich als «dynamisches Zentrum für Bildung, Forschung und Innovation. Ein Standort mit globaler Strahlkraft» und will mit ihrer Forschung und Entwicklung für Wirtschaft und Gesellschaft Nutzen stiften.

Werbung leistet einen unverzichtbaren Beitrag zur Transparenz der Wirtschaft. Sie informiert über Neuheiten und trägt darüber hinaus wesentlich zur Transparenz in Politik und Demokratie bei. Entsprechend können Werbeverbote wirtschaftlich schädliche Auswirkungen haben.

Angesichts dieser Widersprüche ersuchen wir den Regierungsrat um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Ist dem Regierungsrat und der Leitung der ZHAW bewusst, dass Demokratie und Wirtschaft eine funktionierende Werbung benötigen?
2. Was sind die genauen Zielsetzungen der Studie?
3. Wer ist Auftraggeberin der besagten Studie?
4. Wie hoch sind die Kosten der Studie unter Einberechnung der von den Forschenden eingesetzten Arbeitszeit, und wer kommt für diese auf?
5. Wer genehmigt Forschungsprojekte, die einen potentiellen Bezug zu politischen Fragestellungen haben können?
6. Wo zieht die ZHAW die Grenze zwischen Forschungsfreiheit und politischem Verhalten?
7. Wie ist das Werbeverbot mit der selbst auferlegten politischen Neutralität vereinbar? Wie gedenkt die ZHAW, in Zukunft mit politischen Fragestellungen umzugehen?
8. Sind aus Sicht des Regierungsrates solche Forschungsarbeiten geeignet, das Vertrauen der Bevölkerung in die von den Steuerzahlern mit hohen Beträgen finanzierte ZHAW zu festigen?

Auf Antrag der Bildungsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Dieter Kläy, Winterthur, Anita Borer, Uster, und Thomas Anwander, Winterthur, wird wie folgt beantwortet:

Soweit die Fragen in den Zuständigkeitsbereich der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) fallen, werden sie gemäss deren Angaben beantwortet.

Zu Frage 1:

Sowohl der Leitung der ZHAW als auch dem Regierungsrat ist die Bedeutung der Werbung für eine funktionierende Marktwirtschaft, für die Finanzierung der Medien und für die öffentliche Meinungsbildung bewusst.

An der ZHAW zeigt sich dies unter anderem darin, dass sie Werbung und Marketingkommunikation seit Jahren in allen vier Leistungsbereichen – Lehre, Forschung, Beratung und Weiterbildung – zum Gegenstand macht. Die ZHAW bildet jährlich zahlreiche Fachkräfte für die Schweizer Werbe- und Kommunikationsbranche aus. In Forschungs- und Dienstleistungsprojekten arbeitet sie mit Unternehmen und Verbänden an Marketing-, Kommunikations- und Werbefragen.

Zugleich gehört es zum gesetzlichen Leistungsauftrag einer Fachhochschule, gesellschaftlich relevante Fragen aus unterschiedlichen fachlichen Sichtweisen zu untersuchen. Mit ihren acht Departementen deckt die ZHAW ein vielfältiges fachliches Spektrum ab – von Wirtschaft und Recht über Gesundheit und Soziale Arbeit bis hin zu Life Sciences und Umwelt. Dass dieselbe Fragestellung, etwa der Zusammenhang zwischen Konsumverhalten und Umwelt, in verschiedenen Departementen aus unterschiedlichen Blickwinkeln bearbeitet wird, ist kein Widerspruch, sondern Ausdruck dieser Vielfalt.

Zu Fragen 2 und 3:

Das «Pilotquartier Netto Null» (für die Binz und Alt-Wiedikon) ist ein Gesamtprojekt der Stadt Zürich. Innerhalb der Stadtverwaltung sind der Projektstab Stadtrat und der Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich für die Projektumsetzung und somit den Klimaschutz-Ideenwettbewerb verantwortlich.

Am Ideenwettbewerb konnten die Quartierbevölkerung, Vereine und Unternehmen teilnehmen. Die Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung des Instituts für Umwelt und Natürliche Ressourcen der ZHAW beteiligte sich mit einer Projektskizze. Kern des Vorhabens ist die ergebnisoffene empirische Untersuchung, wie eine befristete, experimentelle Erprobung alternativer Nutzungsmöglich-

keiten von Werbeflächen von der Bevölkerung wahrgenommen und akzeptiert wird. Die Projektidee der ZHAW-Forschungsgruppe wurde in der Folge mit 25 weiteren Ideen (insgesamt 26 Teilprojekte) aufgrund einer ersten öffentlichen Abstimmung und der Bewertung durch eine Fachjury für die nächste Phase ausgewählt. Sie soll in den kommenden Monaten in sogenannten Projektschmieden zu einem umsetzbaren Projekt weiterentwickelt werden und befindet sich damit noch in einer frühen Entwicklungsphase. Projektplan und Forschungsdesign werden erst in diesem Rahmen ausgearbeitet; ein abschliessendes Erhebungsdesign oder Ergebnisse liegen derzeit nicht vor. Sollte das Projekt tatsächlich gefördert werden, würde sich die Rolle der ZHAW auf die wissenschaftliche Begleitung beschränken.

Zu Frage 4:

Der Arbeitsaufwand gliedert sich nach heutigem Stand in drei Phasen:

Phase 1 (Ausarbeitung und Einreichung der Idee bis Frühling 2026): Der Aufwand belief sich insgesamt auf rund eineinhalb Arbeitstage, was Personalkosten von rund Fr. 600 entspricht.

Finanziert wurde der Arbeitsaufwand aus Mitteln der Forschungsgruppe, die unter anderem aus Erträgen früherer Drittmittelprojekte stammen.

Phase 2 (Weiterentwicklung zu einem umsetzbaren Projektplan, September bis Oktober 2026): Der geschätzte Aufwand beträgt rund 50 Arbeitsstunden bzw. rund Fr. 6000 und wird aus derselben Quelle getragen.

Phase 3 (allfällige Umsetzung ab 2027): Für die Finanzierung aller bewilligten Teilprojekte stellt die Stadt Zürich insgesamt rund 3 Mio. Franken zur Verfügung, die auf die Projekte verteilt werden. Pro Projekt sind je nach Umfang Beiträge zwischen Fr. 5000 und Fr. 200 000 vorgesehen. Das Projekt der ZHAW ist als reines Drittmittelprojekt ausgestaltet.

Zu Frage 5:

Es besteht keine Genehmigungspflicht aufgrund des politischen Bezugs des Forschungsvorhabens. Eine solche Vorgabe würde die Wissenschaftsfreiheit verletzen (Art. 20 Bundesverfassung [SR 101]; § 4 Abs. 1 Fachhochschulgesetz vom 2. April 2007 [LS 414.10]).

Forschungsvorhaben unterliegen klar definierten Prüfschritten, die an wissenschaftlicher Qualität und Ethik anknüpfen: Dazu gehören die Linienverantwortung der jeweiligen Forschungsgruppen-, Instituts- und Departementsleitungen, die Grundsätze des Reglements Wissenschaftliche Integrität der ZHAW (gpmpublic.zhaw.ch/GPMDocProdZPublic/Fuehrungsgrundlagen/Z_RE_Reglement_Wissenschaftliche_Integritaet_ZHAW.pdf) sowie bei ethisch relevanten Vorhaben die Beurteilung durch den Ethikausschuss. Zudem sind die Vorgaben der Policy «ZHAW

und Politik» (gpmpublic.zhaw.ch/GPMDocProdZPublic/Fuehrungsgrundlagen/Z_PY_Policy_ZHAW_und_Politik.pdf) verbindlich. Diese verlangt in Ziff. 4.2 unter anderem Transparenz über Methoden und Annahmen, die Kommunikation von Unsicherheiten sowie die Offenlegung von Interessenkonflikten.

Zugleich gewährleistet die Policy die Freiheit der Forschenden, auch kontroverse oder unpopuläre Themen nach wissenschaftlichen Standards und unter Wahrung rechtsstaatlicher Prinzipien zu untersuchen.

Zu Frage 6:

Die legitime Grenze der Forschung verläuft nicht zwingend beim Gegenstand, sondern beim methodischen Vorgehen. Entscheidend ist, wie geforscht wird, nicht worüber. Einschränkungen ergeben sich aus den Geboten der wissenschaftlichen Integrität und der Forschungsethik.

Die ZHAW ist der Wissenschaftsfreiheit verpflichtet und untersucht auch gesellschaftlich und politisch relevante Fragestellungen, wie etwa die Klimawirkungen von Werbung. Dies steht nicht im Widerspruch zur politischen Unabhängigkeit der Hochschule. Politisch beschlossene Rahmenbedingungen – wie etwa Klimaziele – können als Ausgangspunkt für die Forschung dienen. Gleichzeitig vertritt die ZHAW keine parteipolitischen Positionen und nimmt nicht zugunsten von Interessengruppen Stellung. Forschende sind gehalten, ihre wissenschaftliche Expertise strikte von persönlichen politischen Überzeugungen zu trennen (vgl. Policy «ZHAW und Politik»).

Die Untersuchung der Auswirkungen der Nutzung öffentlicher Flächen auf Wahrnehmung und Alltag ist ein legitimer Forschungsgegenstand. Der Projekteingabe liegt kein Auftrag zugrunde. Die publizierte Projektskizze war in der Sprache eines Ideenwettbewerbs formuliert, weshalb die Rolle der Hochschule als wissenschaftliche Begleitforscherin nicht hinreichend deutlich wurde. Bei allfälligen künftigen Publikationen ist diese Rolle klarer auszuweisen.

Der Projektplan wird das wissenschaftliche Vorgehen, die angewandten Methoden und die Grenzen der Aussagekraft transparent darlegen. Die Ergebnisse werden unabhängig von ihrem Ausgang veröffentlicht.

Zu Frage 7:

Es liegt kein rechtliches Werbeverbot vor. Gegenstand des Projekts ist ein räumlich und zeitlich eng begrenzter Pilotversuch, bei dem einzelne Werbeflächen befristet anders genutzt und die Wirkung dieser Nutzung beobachtet werden soll (vgl. auch Beantwortung der Frage 6).

Zu Frage 8:

Faktenbasierte Forschung, die insbesondere auch aktuelle Themen aufgreift, stärkt das Vertrauen in öffentlich finanzierte Hochschulen. Die Teilnahme an öffentlichen Wettbewerben wie dem Ideenwettbewerb

der Stadt Zürich ist Teil dieser Forschungsarbeiten. Kritik an einzelnen Projekten ist ernst zu nehmen. Sie darf jedoch den Blick auf den gesetzlichen Auftrag der ZHAW nicht verstellen: Diese betreibt anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung, um wissenschaftliche Erkenntnisse für die Praxis nutzbar zu machen und zur Lösung konkreter gesellschaftlicher und praktischer Fragestellungen beizutragen.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Bildungsdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Die Staatsschreiberin:
**Kathrin Arioli**