

Auszug aus dem Protokoll des Regierungsrates des Kantons Zürich

KR-Nr. 170/2026

Sitzung vom 19. August 2026

799. Anfrage (Kampagne «Facts Matter»)

Die Kantonsrätinnen Susanne Brunner, Zürich, und Ursula Junker, Mettmenstetten, haben am 27. April 2026 folgende Anfrage eingereicht:

Im Auftrag der Kantone Zürich (Direktion für Justiz und Inneres), St. Gallen und Luzern läuft die Kampagne «Facts Matter». Die Kampagne soll betreffend die Gefahren von Desinformation im Netz sensibilisieren. Gemäss den Auftraggebern soll die Kampagne darauf abzielen, kritisches Denken zu fördern, das Vertrauen in digitale Nachrichten zu stärken und die Medienkompetenz zu erhöhen. Denn gemäss den auftraggebenden Kantonen gefährden Desinformationen unser Zusammenleben und die Demokratie. Auf der Website factsmatter.ch informieren die Kantone Zürich, St. Gallen und Luzern, dass sie ein Zeichen für kritisches Denken und Verantwortung setzen wollen und «Facts Matter» laufend weiterentwickeln und durch zusätzliche Inhalte ergänzen wollen.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Regierungsrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Seit wann läuft die Kampagne «Facts Matter» und für welche Dauer ist sie geplant?
2. Welches sind die Zielgruppen der Kampagne?
3. Auf welchen Kanälen läuft die Kampagne, und wie sind die Reichweiten der Kampagne auf den einzelnen Kanälen?
4. Läuft die Kampagne mit Geo-Targeting im Raum der drei auftraggebenden Kantone?
5. Welchen finanziellen Aufwand leistet der Kanton Zürich für diese Kampagne, falls über mehrere Jahre, pro Kalenderjahr?
6. Wie messen die Kantone Zürich, St. Gallen und Luzern, ob die Kampagne das Vertrauen in die Demokratie stärkt?
7. Wie ermitteln die drei Kantone, wie und ob unser Zusammenleben von der Kampagne verändert wird? Welche Kenngrössen werden herangezogen? Wird eine Veränderung der Kriminalitätsraten / Jugendkriminalitätsraten erwartet?
8. Der Regierungsrat will mit der Kampagne «Facts Matter» gegen Desinformation vorgehen. Wie und wo sieht der Regierungsrat die Abgrenzung zwischen freier Meinungsäusserung und falschen Informationen?

9. Ist der Regierungsrat der Meinung, dass die Volksschule im Kanton Zürich die Kinder zu mündigen Bürgern ausbildet und Bürgern, welche sich in der Medienwelt zurechtfinden können? Wenn ja, wie schätzt der Regierungsrat das finanzielle Engagement für «Facts Matter» ein in einer Medienwelt, welche einem ständigen Wandel unterworfen ist, und gleichzeitigem ständigen Wandel des Nutzerverhaltens?

Auf Antrag der Direktion der Justiz und des Innern
beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Susanne Brunner, Zürich, und Ursula Junker, Mettmenstetten, wird wie folgt beantwortet:

Der Regierungsrat identifiziert in seinen Risikoberichten 2024 und 2025 die Einflussnahme auf freie Meinungsbildung bei demokratischen und rechtsstaatlichen Entscheiden als eines der Toprisiken, denen der Kanton Zürich ausgesetzt ist. Desinformation ist eine wachsende Gefahr für Demokratien. Sie kann Wahlen, Abstimmungen und politische Meinungsbildung beeinflussen. Im schlechten Fall kann Desinformation Misstrauen, Polarisierung und Hass verstärken. Als spezifische Massnahme zur Minderung dieser Gefahr sieht der Regierungsrat eine verstärkte Sensibilisierung der Bevölkerung für Desinformation vor. Er wies die Umsetzung geeigneter Massnahmen zur Minderung dieses Risikos der Direktion der Justiz und des Innern zu. Unter deren Federführung hat der Kanton Zürich in Zusammenarbeit mit einer Kommunikationsagentur eine Sensibilisierungskampagne geplant und im Jahr 2026 durchgeführt. Im Verlauf der Arbeit an der Kampagne stiessen auch die Kantone St. Gallen und Luzern dazu, die sich inhaltlich und finanziell an der Kampagne beteiligten.

Zu Frage 1:

Die Kampagne wurde von Ende März 2026 bis Mitte Juni 2026 ausgespielt.

Zu Frage 2:

Zielgruppe der Kampagne «Facts Matter» waren junge Menschen in den beteiligten Kantonen zwischen 18 und 25 Jahren. Diese Gruppe der potenziellen Erstwählenden ist über Social Media gut erreichbar. Da die Zielgruppe gemäss Messungen der unterstützenden Kommunikationsagentur bereits Ende April 2026 gut erreicht war, richtete sich die Kampagne in einer zweiten Phase an alle bis zum 40. Altersjahr.

Zu Frage 3:

Die Kampagne erzielte auf den verschiedenen Kanälen folgende Reichweiten (gerundete Werte, erreichte Personen): Instagram 1 000 000, TikTok 740 000, YouTube 800 000, Kinowerbung 110 000.

Zu Frage 4:

Ja.

Zu Frage 5:

Die Direktion der Justiz und des Innern hat für die Kampagne im Jahr 2025 Fr. 120 000 ausgegeben. Die Kantone St. Gallen (Fr. 20 000) und Luzern (Fr. 10 000) haben zusätzliche Mittel beigesteuert.

Zu Fragen 6 und 7:

Sowohl die Forschung als auch der Bundesrat gehen davon aus, dass die Bekämpfung von Desinformation nicht allein über Regulierung erfolgen kann. Eine wichtige Voraussetzung ist vielmehr die Stärkung der Medien- und Nachrichtenkompetenz der Bevölkerung durch Sensibilisierungs-, Informations- und Bildungsangebote. Dazu trägt der Kanton Zürich mit der Kampagne «Facts Matter» bei.

Zu Frage 8:

Die Meinungsfreiheit ist ein hohes Gut. Darum besteht in unserer liberalen Demokratie der Grundsatz, dass man Meinungen, Werturteile und auch Irrtümer frei äussern können soll. Die Meinungsfreiheit kann höchstens dort eingeschränkt werden, wo andere Rechtsgüter betroffen sind, wie zum Beispiel bei Aufrufen zu Gewalt, Verleumdung, übler Nachrede, Betrug, gefährlicher Täuschung oder eben bei bewusster Desinformation. Gerade weil die freie Meinungsäusserung nicht infrage gestellt werden darf, unterscheidet die Kampagne «Facts Matter» nicht zwischen richtig und falsch, sondern sie ermuntert die Angesprochenen dazu, sich eigene Urteile zu bilden und Informationen kritisch zu hinterfragen.

Zu Frage 9:

Junge Erwachsene leben heute in einer Medienwelt, die von sozialen Netzwerken, Online-Plattformen, Algorithmen und einer ständigen Verfügbarkeit von Informationen geprägt ist. Sensibilisierungskampagnen und Angebote der Volksschule tragen dazu bei, dass sich junge Menschen sicher, kritisch und verantwortungsvoll in diesem Umfeld bewegen können. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang beispielhaft das Modul «Medien und Informatik» im Lehrplan 21. Dieses hält fest, dass Schülerinnen und Schüler befähigt werden, Medien zielgerichtet, kritisch und verantwortungsbewusst zu nutzen. Dazu gehört insbesondere das Einordnen von Informationen, das Erkennen von Interessen und Wirkungsabsichten sowie der Aufbau eines reflektierten Medienhandelns. Ergänzend dazu ist das Erlernen von Medienkompetenzen auch in weiteren Fachbereichen des Lehrplans 21 verankert. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass sich die Medienwelt und das Nutzungsverhalten laufend verändern. Die Förderung von Medienkompetenz bleibt deshalb eine dauerhafte Aufgabe von Schule und gesamter Gesellschaft.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Direktion der Justiz und des Innern.

Vor dem Regierungsrat

Die Staatsschreiberin:

Kathrin Arioli