

Weisung des Stadtrates an den Gemeinderat

Sponsoring und Zusammenarbeit mit Veranstaltenden, Kreditbewilligung

1. Ausgangslage

Der Gemeinderat, der Stadtrat, der Vorsteher des Departements der Industriellen Betriebe oder das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) haben in den letzten Jahren gemäss den jeweiligen Finanzkompetenzen Partnerschaften des ewz mit diversen Veranstaltern im Sport- und Kulturbereich bewilligt.

Grundsätzlich sollten Sponsoring-Partnerschaften auf eine längere Zeitdauer ausgerichtet sein. Dies würde den Grad der Wahrnehmung bei den Zielgruppen aufgrund des Wiederholungseffektes erhöhen und den Veranstaltern eine langfristige Planung und auch eine finanzielle Sicherstellung ihrer Veranstaltungen auf mehrere Jahre ermöglichen. Das ewz schliesst jedoch mit den Partnern klar terminierte, meistens auf ein Jahr oder auf eine Veranstaltung beschränkte Verträge ab, beurteilt nach jeder Veranstaltung die Partnerschaft neu und schliesst je nach Resultat einen neuen Vertrag ab. Dieses Vorgehen kann gemäss der Praxis zur städtischen Kompetenzordnung bis zu drei Mal realisiert werden. Anschliessend wird die Partnerschaft in der kreditrechtlichen Beurteilung zu einem jährlich wiederkehrenden Anlass mit entsprechend veränderten Finanzkompetenzen.

Aus diesem Grund müssen einzelne Veranstaltungen, die zunächst als einmalige galten und demzufolge je nach Betragshöhe in der Kompetenz des Stadtrates, des Vorstehers der Industriellen Betriebe oder des Dienstchefs bewilligt wurden, ab dem vierten Veranstaltungsjahr dem Gemeinderat zur Bewilligung vorgelegt werden.

Sponsoring

Das Sponsoring macht eine Marke, Produkte oder Dienstleistungen erlebbar und ermöglicht eine enge und effiziente Zusammenarbeit zwischen dem ewz und den Partnern. Es basiert auf dem Grundsatz des Imagetransfers, auf Emotionen, auf der wechselseitigen Wirkung von Sponsorgeber und Sponsornehmer; zudem soll der Bekanntheitsgrad erhöht werden. Die Sponsoring-Politik des ewz basiert auf dem Grundsatz, dass Sponsoring ein wesentlicher Teil der Kommunikation ist. Projekte mit einzigartigem Charakter und lokalem Bezug sollen gefördert werden. Das ewz strebt qualitativ hoch stehende Partnerschaftsverträge an. Die Veranstaltungen sollen speziell sein und sich von anderen abheben. Um aufzufallen, muss das Sponsoring langfristig sein, deutlich in Erscheinung treten und eine klare Positionierung ermöglichen. Ein Bezug zur Energie (auch sinn-gemäss), namentlich zu den Themenbereichen Ökostrom, Energieeffizienz, Nachhaltigkeit, Netzdienstleistungen, Telekom und Energiedienstleistungen muss grundsätzlich hergestellt werden. Gesucht wird die enge Zusammenarbeit mit wenigen, aber exklusiven Sponsoren.

Das ewz engagiert sich

- im sportlichen Bereich im Sommer vor allem im Trend- und Ausdauer-Sport (z. B. Ironman, Züri Triathlon, ewz power team, ewz training days, Zürich Marathon) und im Winter in einem populären Mannschaftssport (z. B. Eishockey).
- im Kultur- und Kunstbereich unter anderem in der bildenden und darstellenden Kunst sowie in der Musik (z. B. ewz.stattkino, Live at Sunset, jazznojazz) und setzt das eigene ewz-Unterwerk Selnau, wenn immer möglich, als attraktiven Veranstaltungsort mit einmaligem Charakter ein.
- bei Veranstaltungen/Projekten vor allem im Zusammenhang mit Ökostrom, der Förderung der Energieeffizienz und der Nachhaltigkeit (z. B. naturemade-Tagung, Formula Hybrid).
- im lokalen Bereich vor allem bei örtlich verankerten und einem städtischen oder bündnerischen Publikum dienenden Veranstaltungen (z. B. Limmatschwimmen, Kinderzirkus Robinson, Transviamala run & walking).

2. Projekte

Mit der vorliegenden Weisung werden dem Gemeinderat die Projekte unterbreitet, welche die Finanzkompetenzen des Stadtrates überschreiten und einen Entscheid Anfang 2010 benötigen. Der Stadtrat möchte wegen den positiven Erfahrungen in den letzten Jahren die verschiedenen Partnerschaften des ewz für weitere drei Jahre weiterführen, sofern die Veranstaltungen durchgeführt werden und die Leistungen und Gegenleistungen auch bei jährlichem Vertragsabschluss den Vorstellungen des ewz entsprechen.

Der kommunikative Auftritt des ewz ist abhängig von der Art des Sponsorings (Titel-, Haupt- oder Co-Sponsoring). Es umfasst unter anderem die Präsenz des ewz-Logos («Logopräsenz») auf allen Werbemitteln, Startnummern, Zielbogen, Einladungskarten, Kleidern, in Veranstaltungsinseraten und im Internet. Es ermöglicht Bandenwerbung, Informationsstände, Ansprachen, Versand und Verteilung von Informationsmaterial, Autogrammstunden, Inserate, Kinodias, Wettbewerbe, Werbemassnahmen, Veranstaltungen, Namensgebung sowie Einbezug des ewz-Unterwerks Selnau und des ewz-Kundenzentrums am Beatenplatz.

Sport:

- ewz power team

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 470 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 290 000.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 107 600.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 72 400.-.

Beim ewz power team handelt es sich um externe Sportlerinnen und Sportler sowie Mitarbeitende der Stadtverwaltung. Die Triathletinnen und Triathleten nehmen an verschiedenen Wettkämpfen in und ausserhalb von Zürich teil. Die Medienpräsenz in den letzten Jahren war dank Topleistungen verschiedenster Teammitglieder sehr hoch. So siegte am Ironman Switzerland 2007, 2008 und 2009 sowie am Ironman 70.3 2007, 2008 und 2009 in Rapperswil Ronnie Schildknecht. Die Integration von ewz in ein Triathlonteam verhilft auf eine glaubwürdige Weise zu einer dynamischen und sympathischen Imagewerbung mit positiver Ausstrahlung und Goodwill und stellt

eine optimale Beziehung zum umweltfreundlichen Ausdauersport und zum effizienten Energieeinsatz dar. Die Triathletinnen und Triathleten sind auch neben dem Wettkampf für das ewz im Einsatz. Stadtintern werden die Mitarbeitenden motiviert, sich vermehrt sportlich zu betätigen. Damit wird auch ein Beitrag an die berufliche Gesundheitsvorsorge geleistet. Das ewz schliesst mit den Sportlerinnen und Sportlern sowie dem Betreuersteam separate Verträge ab.

- Ironman Switzerland Triathlon

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 251 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 193 680.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 32 280.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 25 040.-.

Der Ironman Switzerland Triathlon kombiniert die Disziplinen Schwimmen (3,8 Kilometer), Velo fahren (180 Kilometer) und Laufen (42 Kilometer) miteinander und visualisiert anschaulich, dass nur ein optimaler Energieeinsatz schlussendlich zum Erfolg führt. Die Hauptaktivitäten des Ironman Switzerland Triathlon finden auf der Landiwiese und im unteren Seebecken statt. Für die Velostrecke muss auf das umliegende Gebiet ausgewichen werden. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower.

- Zürich Triathlon

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 126 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 89 000.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 22 000.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 15 000.-.

Der Zürich Triathlon bietet mit den Disziplinen Schwimmen, Velo fahren und Laufen für Hobbysportlerinnen und Hobbysportler verschiedene Wettkämpfe mit unterschiedlichen Längen an. Nur ein optimaler Energieeinsatz führt zum Erfolg. Die Hauptaktivitäten finden auf der Landiwiese und am linken Zürichseeufer statt. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower.

Kultur:

- Live at Sunset

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 360 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 301 280.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 42 280.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 16 440.-.

Das Live at Sunset findet seit 2008 auf der Doldereisbahn statt und dauert mehrere Tage. Am Abend treten verschiedene Sängerinnen und Sänger oder Gruppen mit unterschiedlicher Ausrichtung auf. Für die Produktion der Konzerte bezieht Live at Sunset 100 Prozent ewz.solartop. Im «Tages-Anzeiger», «Züritipp» und «Das Magazin» werden begleitend Inserate mit dem Bezug zu ewz.solartop und Live at Sunset geschaltet.

- Haus Konstruktiv – konstruktive und konkrete Kunst

Der Stadtrat beantragt Fr. 120 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 107 600.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 000.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2400.-.

Die Stiftung für konstruktive und konkrete Kunst betreibt mit dem «Haus Konstruktiv» ein Museum mit wechselnden Ausstellungen. ewz unterstützt jährlich ein bis zwei Projekte. Das Haus Konstruktiv bezieht ewz.ökopower.

- ewz.selection

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 320 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 301 280.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 760.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 7960.-.

ewz.selection, früher The Selection vfg genannt, ist der grösste Fotopreis in der Schweiz und das Fenster der schweizerischen Berufsfotografie, von höchster Qualität - Swiss Made. Die Fotoausstellung findet im ewz-Unterwerk Selnau statt. Diese wird mit einer Vernissage sowie der Preisverleihung eröffnet. Während der ganzen Ausstellungsdauer finden verschiedene Begleitveranstaltungen statt. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower.

- ewz.stattkino

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 210 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 182 920.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 21 520.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 5560.-.

ewz.stattkino, früher volts&visions genannt, ist ein Filmfestival, das sich an Junge und Junggebliebene richtet. Im ewz-Unterwerk Selnau findet ein reiches Unterhaltungsprogramm statt, in dem Filme jeweils neu inszeniert werden. Ein Film wird nie einfach nur vorgeführt, sondern ist immer im Kontext zur Begleitveranstaltungen («Specials») eingebettet. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower.

lokal:

- Kinderzirkus Robinson

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 68 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 53 800.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 000.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 4200.-.

Der Kinderzirkus Robinson ist der älteste Kinderzirkus der Schweiz mit Standort in Zürich Oerlikon. Er bietet Kindern im Alter von 4½ bis 16 Jahren die Möglichkeit einer besonderen Freizeitgestaltung. Der Zirkus bietet zwei verschiedene Arten der Freizeitgestaltung an: Die Zirkusschule Robinson mit diversen Einsteiger- und Weiterbildungskursen zum Thema Zirkus und das Ensemble des Zirkus Robinson mit einem Zirkusprogramm und öffentlichen Auftritten. Im Rahmen des Zirkusangebots sollen die Kinder an ihren eigenen persönlichen Fähigkeiten arbeiten, Grenzen überwinden oder akzeptieren lernen.

- Limmatschwimmen

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 89 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 40 000.-, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 37 660.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 11 340.-.

Das Zürcher Limmatschwimmen findet jeweils im August statt und ist ein Anlass für die breite Bevölkerung. Da in den vergangenen Jahren wegen der schlechten Witterung kein Limmatschwimmen stattfinden konnte, haben die Veranstaltenden 2009 erstmals ein Ersatzdatum eingeführt. Gestartet wird im Frauenbad, im Flussbad oberer Letten, vor dem ewz-Kraftwerk Letten, befindet sich das Ziel.

Veranstaltungen/Projekte:

- naturemade-Konferenz

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 53 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 32 280.- und für die Begleitmassnahmen auf Fr. 18 292.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2428.-.

Das Qualitätszeichen naturemade wird vom Verein für umweltgerechte Elektrizität VUE getragen. Der Verein bezweckt unter anderem die Förderung neuer erneuerbarer Energien und ökologische Stromprodukte. Dies geschieht durch die Entwicklung, Verbreitung und Anwendung von Zertifizierungsverfahren und Produktezeichen für ökologische und erneuerbare Stromprodukte sowie die Verbreitung und Förderung der eigenen Kollektivmarken. An den jährlich stattfindenden Tagungen sollen mittleren und kleinen Energieversorgungsunternehmen und unabhängigen Stromproduzenten die Vorzüge und Notwendigkeit des Qualitätszeichens naturemade vermittelt werden.

Graubünden:

- Graubünden-Marathon/-Walking

Das ewz beantragt Ausgaben von Fr. 51 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 32 280.- und für die Begleitmassnahmen auf Fr. 16 000.- sowie für Unvorhergesehenes auf 2720.-.

Der Graubünden-Marathon ist der härteste Marathon der Welt, startet in Chur und endet auf dem 2865 Meter hohen Rothorn Gipfel. Der Graubünden-Walking wird in verschiedenen Distanzen durchgeführt, startet in Lenzerheide und hat ebenfalls den Rothorn Gipfel als Ziel. ewz ist einer von zwei Hauptsponsoren des zweitägigen Anlasses. Der Anlass wird mit Ökostrom durchgeführt.

- Trainingsstützpunkt Nordic Mittelbünden

Das ewz beantragt Ausgaben von Fr. 51 000.- (einschliesslich MwSt) pro Jahr für die Jahre 2011 bis 2013. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 48 420.- und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2580.-.

Der Trainingsstützpunkt Nordic Mittelbünden (NMB) fördert den Ski- und Snowboard-Nachwuchs in Mittelbünden. Der NMB fasst seine Tätigkeiten bewusst als sozialpolitische Aufgabe auf und fühlt sich vor allem der Jugend verpflichtet. Es werden talentierte, leistungsorientierte Athletinnen und Athleten vor, während und nach ihrer sportlichen Laufbahn in den Bereichen Training, Sportausbildung, berufliche Ausbildung, Coaching und beruflichen Wiedereinstieg unterstützt.

Begleitmassnahmen und Eigenleistungen des ewz (Personalkosten)

Die Begleitmassnahmen sind abhängig von der Sponsoringart und den Möglichkeiten der Veranstaltenden. Sie umfassen im Wesentlichen Produktionskosten für Inserate, Medienmitteilungen, Bekleidung, Informationsbroschüren, Handzettel, Banden, Werbeatikel, Werbedias, Visualisierung der Energieeffizienz, Einladungskarten und Ausstellungen. Die Begleitmassnahmen unterstützen die Werbewirkung der eingegangenen Partnerschaften.

Es sind zudem Eigenleistungen von weniger als Fr. 100 000.- pro Projekt vorgesehen.

3. Begründung

Gestützt auf das Stromversorgungsgesetz (StromVG) können markt-berechtigte Kundinnen und Kunden seit Anfang 2009 den Lieferan-ten wechseln. Auch die Stromprodukte ewz.ökopower und ewz.solar-top gehören in den Marktbereich, da die Kundinnen und Kunden aus einer breiten Palette von ökologischen Stromprodukten wählen kön-nen. Die Bevölkerung und die Kundinnen und Kunden werden dabei mit dem Thema Energie konfrontiert. Sie müssen einen Kaufent-scheid fällen und sich für die Förderung von erneuerbaren Energien und/oder für die rationelle Energieverwendung einsetzen. Sie sollen die Energie bewusst und umweltverträglich einsetzen und gebrauch-en. Die Energie und die Energiekosten finden je nach Zielgruppe eine unterschiedlich hohe bzw. vor allem tiefe Beachtung. Die Kom-plexität der Energiethemen erfordert eine Kommunikation auf einer gut verständlichen Ebene. Bei der Kommunikation geht es nicht um eine Erhöhung des Stromverbrauches, sondern um eine sinnvolle und gezielte Anwendung.

Das StromVG hat in der Geschichte der Elektrizitätswirtschaft eine neue Ära eingeläutet. Zwar hat von den 1400 marktberechtigten ewz-Kundinnen und ewz-Kunden bisher niemand zu einem anderen Lieferanten gewechselt, aber durch die Abschaffung des Monopols in Teilbereichen und die Einführung von Marktmechanismen werden sich die Rahmenbedingungen der Geschäftstätigkeit des ewz ändern. Die Neuerungen gelten gemäss StromVG zunächst für grössere Geschäftskundinnen und Geschäftskunden und sind in einem zwei-ten Schritt auch für die übrigen Kundinnen und Kunden vorgesehen.

Mit Energiedienstleistungen, Telekom- und Netzdienstleistungen ist das ewz bereits seit Jahren dem Markt ausgesetzt. Mit Energie-dienstleistungen bietet das ewz ökonomische und ökologische Lösungen an, die zur Senkung des individuellen Energieverbrauchs und damit zur Reduktion der CO₂-Emissionen sowie weiterer Luft-schadstoffe beitragen. Es konzipiert und entwickelt zusammen mit seinen Kundinnen und Kunden Lösungen für die Versorgung ihrer Gebäude mit Energie. Mit ewz.zürinet betreibt ewz ein diskriminie-rungsfreies Glasfasernetz und bietet Firmen über ihr Glasfasernetz diverse massgeschneiderte Lösungen an.

Mit den bereits getätigten Sponsoring-Aktivitäten hat das ewz eine solide Grundbasis gelegt, um zu kommunizieren und zu visualisieren, dass die Bevölkerung mit rationeller Energieverwendung und/oder der Wahl ökologischer Produkte umweltbewusst und nachhaltig han-delt. Das Sponsoring gewinnt im Rahmen der Marktöffnung an Bedeutung.

4. Kosten

Da es sich hierbei um Veranstaltungen handelt, die vom ewz bereits in den Vorjahren mit vergleichbaren Beträgen gesponsert worden sind, basierend auf entsprechenden Beschlüssen des Stadtrats oder nachgeordneter Instanzen, ist mit dem vorliegenden Beschluss des Gemeinderates keine Erhöhung der entsprechenden Budgetposition des ewz im Vergleich zum Vorjahr verbunden.

Diese Ausgaben sind im Finanzplan des ewz für die Jahre 2011 bis 2013 eingestellt. Das ewz wird mit jedem Veranstalter unter Budget-vorbehalt einen Vertrag über die gesamte Dauer oder Teile davon abschliessen.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

Dem Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) werden Ausgaben für folgende Sponsoring-Projekte bewilligt:

- a) ewz power team von Fr. 470 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- b) Ironman Switzerland Triathlon von Fr. 251 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- c) Zürich Triathlon von Fr. 126 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- d) Live at Sunset von Fr. 360 000.- (einschliesslich MwSt) jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- e) Haus Konstruktiv von Fr. 120 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- f) ewz.selection von Fr. 320 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- g) ewz.stattkino von Fr. 210 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- h) Kinderzirkus Robinson von Fr. 68 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- i) Limmatschwimmen von Fr. 89 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- j) naturemade-Konferenz von Fr. 53 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- k) Graubünden-Marathon/-Walking von Fr. 51 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.
- l) Trainingsstützpunkt Nordic Mittelbünden von Fr. 51 000.- (einschliesslich MwSt), jährlich wiederkehrend 2011 bis 2013.

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist dem Vorsteher des Departements der Industriellen Betriebe übertragen.

Im Namen des Stadtrates
die Stadtpräsidentin
Corine Mauch
der Stadtschreiber
Dr. André Kuy