

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 29. Januar 2020

Elektrizitätswerk, Sponsoring, diverse befristete Beiträge an Dritte

1. Ausgangslage

Das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) sponsert seit vielen Jahren diverse Veranstaltungen, Vereine und Organisationen aus den Bereichen Sport, Kultur und Gesellschaft.

Das Sponsoring leistet einen wichtigen Beitrag dazu, das ewz als Unternehmen wahrnehmbar und sein Angebot an Dienstleistungen und Lösungen bekannt zu machen. Dies ist insbesondere im sich stetig entwickelnden Marktumfeld des ewz bedeutend, das sich in den letzten Jahren stark gewandelt hat. Vor diesem Hintergrund hat sich auch das Sponsoring-Konzept des ewz in den letzten Jahren verändert. Die Sponsoring-Strategie des ewz leitet sich aus dem Zielbild und der Unternehmensstrategie ab, aber auch aus den Mitteln, die zu diesem Zweck verfügbar sind.

Nach wie vor sollen Sponsorings in den Bereichen Sport, Kultur und Gesellschaft erfolgen, mit dem Ziel, ein möglichst breites Publikum anzusprechen. Gleichzeitig soll mittels eines einheitlichen, integrierten Kommunikationsmixes vermehrt auf die ewz-Unternehmenswerte und die diesbezügliche Positionierung nach aussen fokussiert werden. Auf Basis der Positionierung des ewz sollen durch die Sponsoring-Engagements primär die Unternehmenswerte «nachhaltig» und «visionär» vermittelt werden.

Die nachfolgend unter Kapitel 5 aufgeführten Sponsorings sollen für die nächsten drei Jahre bzw. Saisons weitergeführt werden.

2. Eingesetzte Mittel

Die Sponsoring-Ausgaben des ewz setzen sich zusammen aus den Engagements gemäss Kapitel 5 sowie kleineren Engagements, die unterhalb der Finanzkompetenz des Gemeinderats liegen. Das ewz hat alle bestehenden sowie potenziellen Engagements und Sponsorings im Sinne seiner Unternehmensziele (Effektivität, Relevanz, Breitenwirksamkeit) evaluiert und deren Wirksamkeit beurteilt. Gestützt auf das Ergebnis dieser Evaluation wird das ewz in den nächsten Jahren den Einsatz seiner Mittel kontinuierlich optimieren, um die grösstmögliche Wirkung zu erzielen.

Die für die in Kapitel 5 umschriebenen Sponsorings vorgesehenen Beträge entsprechen jährlichen Höchstwerten in einer Gesamtsumme von Fr. 1 769 400.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für 2021–2023 bzw. für die Saisons 2021/22–2023/24. Die einzelnen Beträge können sich durch Anpassungen in den Verträgen, die in der Regel jährlich mit den Sponsoring-Partnerinnen und -Partnern abgeschlossen werden, reduzieren.

3. Sponsoring-Konzept und Auswahl der Sponsoring-Engagements

Vor allem bei strategischen Sponsorings will sich das ewz auf einige wenige ausgewählte Partnerschaften aus dem bestehenden Sponsoring-Portfolio konzentrieren, mit denen die Werte und Ziele des ewz optimal unterstützt werden können. Mit dem Sponsoring dieser Veranstaltungen, Vereine und Organisationen will das ewz seine Positionierung bei den Zielgruppen stärken. Durch die Art der Sponsoring-Engagements wird angestrebt, das Image des ewz als innovatives, sympathisches und nachhaltiges Unternehmen aufzubauen und zu festigen. Dabei ist es für das ewz wichtig, dass die Werte, die mit den einzelnen Sponsorings vermittelt werden sollen, untereinander und inhaltlich konsistent sind und im Sinne der integrierten Kom-

munikation zu den restlichen Kommunikationsinstrumenten sowie -botschaften des ewz passen. Es soll somit nicht «in alle Richtungen gesponsert» werden, sondern zusammen mit ausgewählten Sponsoring-Partnerinnen und -Partnern gegenüber den (potenziellen) Kundinnen und Kunden eine einheitliche und glaubwürdige Botschaft zur Positionierung des Unternehmens ewz nach aussen getragen werden. Die Sponsoring-Partnerinnen und -Partner sowie deren Veranstaltungen sollen zu ewz und seinen heutigen wie künftigen Angeboten und Dienstleistungen passen. Die Sponsorings sollen verdeutlichen, wofür das ewz als Unternehmen steht und wofür es sich entsprechend engagiert. Mit der Art seiner Sponsorings soll das ewz entsprechend als engagiertes und nachhaltiges Unternehmen wahrgenommen werden, das Werte vertritt, die (potenzielle) Kundinnen und Kunden ansprechen und mit denen sie sich identifizieren können und wollen. Dies ist langfristig für die Kundenbindung und -loyalisierung von hoher Bedeutung.

4. Leistung und Gegenleistung für Sponsoring und Begleitmassnahmen

Das ewz bringt in erster Linie finanzielle Leistungen und Ideen in eine Partnerschaft ein. Die Veranstalterinnen und Veranstalter geben als Gegenleistung Raum für eine breitenwirksame Kommunikation und/oder Zusatzleistungen für bestehende oder potenzielle Zielgruppen des ewz. Dies kann u. a. in Form von Events für Kundinnen und Kunden, Promotionen, Rabattaktionen auf Eintritte, Logopräsenz oder Inseraten geschehen. Das ewz kann die Veranstaltung oder das Engagement in seine Kommunikationsmassnahmen einbauen und damit die Zielgruppen glaubwürdig ausserhalb von Kaufentscheidungen ansprechen, um das positive Image und die Positionierung des ewz zu festigen.

Die Begleitmassnahmen sind abhängig von der Sponsoring-Art und den Möglichkeiten der Vertragspartnerinnen und -partner. Sie umfassen im Wesentlichen Produktionskosten für das Management von Veranstaltungen, Marketing- und Kommunikationskampagnen, Inserate, Medienmitteilungen, Bekleidung, Informationsbroschüren, Handzettel, Banden, Werbeartikel, Werbedias, Visualisierung der Energieeffizienz und Ausstellungen. Von den vorgesehenen Mitteln sollen daher mindestens 50 Prozent für Begleitmassnahmen eingesetzt werden. Das Verhältnis zwischen den Beträgen für das Sponsoring an sich, für Begleitmassnahmen und für Unvorhergesehenes, wird mit den Sponsoring-Partnerinnen sowie -Partnern jeweils verhandelt. Es ist davon abhängig, auf welche Weise bei den verschiedenen Sponsoring-Projekten die beste Wirkung für das ewz und die Sponsoring-Partnerinnen sowie -Partner erzielt werden kann.

5. Engagements im Detail

5.1 Bereich Sport

ZSC Lions, Saisons 2021/22, 2022/23, 2023/24

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 761 400.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Saisons 2021/22–2023/24 vorgesehen.

Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2017/162 (Sponsoring 2018–2020) bewilligt worden ist.

Die ZSC Lions werden seit vielen Jahren durch das ewz gesponsert. Diese Partnerschaft soll für weitere drei Saisons fortgeführt werden. Im Zentrum des Sponsorings sollen Veranstaltungen und Zusatzleistungen für potenzielle und bestehende Kundinnen und Kunden stehen.

Bei den ZSC Lions handelt es sich um einen in der Stadt Zürich stark verankerten Club. Eishockey ist, wie die Zuschauerzahlen belegen, in der Stadt und Region Zürich eine populäre Mannschaftssportart auf nationalem Niveau mit grosser Breitenwirkung. Bis 2022 spielen die ZSC Lions im Hallenstadion und damit in unmittelbarer Nachbarschaft des ewz-Hauptsitzes in Zürich-Oerlikon. 2022 wird das neue ZSC Stadion (Swiss Life Arena) in Altstetten eröffnet.

Das ewz (Geschäftsbereich Energielösungen) ist im Rahmen eines Energie-Contractings zuständig für die umweltschonende Energieversorgung der ZSC Eishockey- und Sport-Arena. Mit diesem Sponsoring kann das ewz eine grosse Anzahl Menschen über seine angestammten Versorgungsgebiete hinaus erreichen und seinen Bekanntheitsgrad national erhöhen. Das ewz will die Partnerschaft mit den ZSC Lions weiterführen und um weitere drei Saisons verlängern. Auch die ZSC Lions sind an einer Erneuerung des Engagements für die kommenden Saisons sehr interessiert. Im Zusammenarbeitsvertrag mit dem ewz wird vereinbart, dass die ZSC Lions während der Dauer des Sponsorings ihre Heimspiele im Hallenstadion bzw. ab 2022 in der Swiss Life Arena austragen.

Zürcher Silvesterlauf, 2021–2023

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 135 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2017/162 (Sponsoring 2018–2020) bewilligt worden ist. Die Höhe des Sponsorings-Betrags und der Begleitmassnahmen wird von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Starttickets.

Jeweils im Dezember findet in der Zürcher Innenstadt der lokal verankerte und traditionelle Silvesterlauf statt. Rund 24 000 Personen laufen in verschiedenen Gruppen (Familien, MuKi/VaKi, Schülerinnen und Schüler, Mädchen, Knaben, Schulklassen, Paare) oder einzeln über verschiedene Distanzen durch die weihnachtlich beleuchtete Innenstadt. Der Zürcher Silvesterlauf hat einen überregionalen und breiten Wirkungsgrad.

5.2 Bereich Gesellschaft

Zoo Zürich, 2021–2023

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 646 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist gegenüber den mit GR Nr. 2017/162 (Sponsoring-Beitrag für 2018–2020) bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr. 541 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) um Fr. 105 000.– pro Jahr höher. Im Rahmen einer Überprüfung der Leistungen und der Ausgestaltung des Sponsorings soll der bisher bewilligte Betrag angepasst werden. Der Fokus dieses Sponsorings liegt auf dem Unternehmenswert «nachhaltig», wofür der Zoo Zürich für das ewz diverse Möglichkeiten und eine glaubwürdige Plattform bietet. Die Höhe des Sponsorings-Betrags und der Begleitmassnahmen wird von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt.

Der Zoo Zürich ist lokal verankert und zählt mit über einer Million Besucherinnen und Besuchern pro Jahr zu den Publikumsmagneten der Schweiz. Das Sponsoring des Zoo Zürichs bietet dem ewz die Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien im Zusammenhang mit der direkt davon betroffenen Tier- und Pflanzenwelt zu erläutern. Diese Thematik lässt sich gut mit Natur- und Artenschutz kombinieren und kann gerade in einem Zoo generationenübergreifend einer breiten Bevölkerungsschicht anschaulich nähergebracht werden. Die Besucherinnen und Besucher sollen damit für die Nutzung und Förderung von erneuerbaren Energien sowie insbesondere auch für die rationelle Energieverwendung sensibilisiert werden. Es sind auch Führungen und individuelle Veranstaltungen ausserhalb der Öffnungszeiten möglich. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Eintrittskarten. An vier ewz-Ausstellungsstandorten im Zoo wird bereits seit dem Jahr 2011 die ökologische Energieproduktion durch Wasser, Sonne, Wind und Biomasse erklärt. Die Exponate zu Wind und Biomasse sollen langfristig saniert und künftig stärker an den Unternehmenswerten des ewz ausgerichtet werden. Das ewz ist überzeugt davon, dass das Sponsoring des Zoos Zürich eine sinnvolle Partnerschaft darstellt, wodurch die Themen Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien allen Bevölkerungsschichten vermittelt werden können.

Zürcher Limmatschwimmen, 2021–2023

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 162 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2017/162 (Sponsoring 2018–2020) bewilligt worden ist.

Das Zürcher Limmatschwimmen findet jeweils im August statt und ist ein Anlass für die breite Bevölkerung, der sich grösster Beliebtheit erfreut. Die begehrten 4500 Tickets sind mittlerweile innerhalb weniger Minuten ausverkauft. Gestartet wird in der Frauenbadi. Im Flussbad Oberer Letten, direkt vor dem ewz-Kraftwerk Letten, befindet sich nach rund 2 km das Ziel.

Die Veranstaltung bietet seit Jahren eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich als sympathisches, engagiertes und in der Stadt Zürich verwurzelttes Unternehmen zu präsentieren. Das ewz ist beim Zürcher Limmatschwimmen jeweils sehr präsent und als Sponsoring-Partner durch Moderation, Infrastruktur, Give-aways oder die beliebten Schwimmtiere allseits wahrnehmbar. Kundinnen und Kunden profitieren von einem Pre-Vorverkauf.

5.3 Bereich Kultur

Zauberwald Lenzerheide, 2021–2023

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 65 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 vorgesehen. Mit STRB Nr. 390/2018 wurde bis 2019 ein jährlicher Beitrag in Höhe von Fr. 43 200.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für das Sponsoring des «Zauberwalds Lenzerheide» bewilligt. Der Gesamtbetrag soll ab 2021 gegenüber den Vorjahren um Fr. 21 800.– erhöht werden, um künftig die Aktivierungsmassnahmen auszubauen und eine höhere Visibilität und damit einen noch grösseren Imagetransfer zu erreichen. Die Höhe des Sponsoring-Betrags und der Begleitmassnahmen wird von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt. Für das Sponsoring im Jahr 2020 ist eine Übergangslösung geplant.

In der Vorweihnachtszeit findet auf dem Waldgebiet der Gemeinde Lenzerheide der Zauberwald statt. Die Veranstaltung ist bekannt für eindrucksvolle Lichtinstallationen. Zudem wird den Besucherinnen und Besuchern ein abwechslungsreiches Konzertprogramm mit Schweizer Künstlerinnen und Künstlern geboten. Im Herzen des Zauberwalds findet ein Weihnachtsmarkt mit einem Angebot an kulinarischen Köstlichkeiten statt. Das ewz kann die Plattform zur Kundenloyalisierung bzw. für Kundenanlässe in der Region Graubünden nutzen.

6. Vereinbarung mit Sponsoring-Partnerinnen und -Partnern und Finanzkompetenzen

Grundsätzlich strebt das ewz bei seinen Sponsoring-Partnerschaften langfristige Engagements an. Dadurch entsteht ein Wiederholungseffekt, der den Grad der Wahrnehmung bei den Zielgruppen erhöht. Bewusst schliesst das ewz mit den Partnerinnen und Partnern jedoch klar terminierte, meistens auf ein Jahr, eine Saison oder auf eine Veranstaltung beschränkte Verträge ab. Dadurch kann die Partnerschaft nach jeder Vertragsperiode neu beurteilt und je nach erzielten Resultaten auch neu verhandelt werden.

Gleichzeitig werden, wo sinnvoll, auch neue Engagements evaluiert und getestet. Gemäss langjähriger, städtischer Praxis handelt es sich dabei um jährliche Verpflichtungen, die für eine Versuchsphase von drei Jahren, in besonders begründeten Fällen von fünf Jahren, als Einmalabgabe durch das zuständige Organ behandelt werden (vgl. Saile/Burgherr/Loretan, Verfassungs- und Organisationsrecht der Stadt Zürich, Rz. 732). Danach wird die Partnerschaft in der kreditrechtlichen Beurteilung zu einem jährlich wiederkehrenden Anlass mit entsprechend veränderten Finanzkompetenzen.

Das ewz wird mit jedem Veranstalter unter Budgetvorbehalt einen Vertrag über ein Jahr oder eine einzelne Periode (Veranstaltung oder Saison) abschliessen.

Mit der Bewilligung der befristeten Beiträge an Dritte geht keine Verpflichtung des ewz einher, die Sponsoring-Partnerschaften gemäss Kapitel 5 einzugehen, weiterzuführen oder die Beiträge in der besagten Höhe an die Sponsoring-Partner auszusahlen. Es besteht somit seitens der Sponsoring-Partner gegenüber dem ewz kein Rechtsanspruch auf das Sponsoring.

7. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Gemäss Art. 41 lit. c Gemeindeordnung (AS 101.100) ist der Gemeinderat zuständig für jährlich wiederkehrende neue Ausgaben von mehr als Fr. 50 000.– bis zu Fr. 1 000 000.–.

Die Ausgaben für die Sponsoring-Beiträge sind im Finanz- und Aufgabenplan 2020–2023 vorgemerkt und werden mit dem Budget 2021 ordentlich beantragt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Dem Elektrizitätswerk (ewz) wird ein Beitrag an ZSC Lions von höchstens Fr. 761 400.– pro Saison (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Saisons 2021/22–2023/24 bewilligt. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoring-Beiträge.**
- 2. Dem Elektrizitätswerk (ewz) wird ein Beitrag an Zürcher Silvesterlauf von höchstens Fr. 135 000.– pro Jahr (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 bewilligt. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoring-Beiträge.**
- 3. Dem Elektrizitätswerk (ewz) wird ein Beitrag an Zoo Zürich von höchstens Fr. 646 000.– pro Jahr (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 bewilligt. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoring-Beiträge.**
- 4. Dem Elektrizitätswerk (ewz) wird ein Beitrag an Zürcher Limmatschwimmen von höchstens Fr. 162 000.– pro Jahr (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 bewilligt. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoring-Beiträge.**
- 5. Dem Elektrizitätswerk (ewz) wird ein Beitrag an Zauberwald Lenzerheide von höchstens Fr. 65 000.– pro Jahr (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2021–2023 bewilligt. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoring-Beiträge.**

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

Im Namen des Stadtrats

die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cuche-Curti