

**Auszug  
aus dem Protokoll des Stadtrates von Zürich**

vom 28. Mai 2008

**578. Schriftliche Anfrage von Rolf Stucker und Ruth Anhorn betreffend Zürcher Kammerorchester (ZKO), Kosten für Inserate.** Am 26. März 2008 reichten Gemeinderat Rolf Stucker (SVP) und Gemeinderätin Ruth Anhorn (SVP) folgende Schriftliche Anfrage GR Nr. 2008/152 ein:

Das Zürcher Kammerorchester (ZKO), das unmittelbar nach Ende des Zweiten Weltkrieges von Edmond de Stoutz gegründet worden ist, hat bekanntlich gewisse finanzielle Probleme. Mit der Weisung 189 hat der Gemeinderat am 30.1.08 die Subventionsbeiträge für die Jahre 2008 bis 2011 beträchtlich erhöht. In letzter Zeit und auch schon im November 2007 sind ganzseitige Inserate des ZKO geschaltet worden, auch Tramwerbung wurde gemacht. In diesem Zusammenhang bitten wir den Stadtrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Ganzseitige Inserate sind im Tages Anzeiger geschaltet worden an folgenden Tagen: 16.11.07, 22.2.08 und 7.3.08; ein halbseitiges Inserat auch im TA vom 16.2.08. Sind weitere Inserate in diesem Ausmass in anderen Zeitungen erschienen?
2. Wie hoch belaufen sich die einzelnen Inseratkosten?
3. Wie teuer waren die Kleinplakate, die in den Tram aufgehängt waren?
4. Sind diese Inserat- und Plakatkosten im Werbebudget 2007 resp. 2008 enthalten? Welche Beträge hat man für die Werbung budgetiert?
5. Werden die Inserat- und Plakatkosten vom Zürcher Kammerorchester selber getragen oder sind sie teils oder ganz von Drittpersonen finanziert worden?
6. Wie hat sich diese Grosswerbung ausgewirkt? Konnte der Abo- sowie der Einzelkarten-Verkauf bereits gesteigert werden?
7. Haben diese Werbemassnahmen Auswirkungen auf den Spielplan 08, d. h. ergeben sich mehr Engagements?

Der Stadtrat beantwortet die Anfrage wie folgt:

**Zu Frage 1:** Die ganzseitigen Inserate, von welchen hier die Rede ist, sind nur im «Tages-Anzeiger» erschienen und werden sporadisch und in dieser Form auch weiterhin ausschliesslich im «Tages-Anzeiger» erscheinen.

**Zu Frage 2:** Die betreffenden Inserierungskosten werden dem ZKO nicht in Rechnung gestellt und belasten die Jahresrechnung dieses Vereins in keiner Weise.

**Zu Frage 3:** Die VBZ hat für die erwähnte Tram-Werbung Fr. 2500.– in Rechnung gestellt.

**Zu Frage 4:** Im Voranschlag 2007/2008 sind für den Werbeaufwand Fr. 747 500.– und im Finanzplan für die kommenden Jahre jeweils Fr. 700 000.– eingestellt.

**Zu Frage 5:** Die Inserierungs- und Plakatierungskosten werden grundsätzlich vom ZKO selber getragen und nicht von Dritten finanziert. Wie viel Geld zu welchem Zeitpunkt dafür aufgewendet wird, hängt oftmals vom Verlauf der Spielzeit und des Karten- bzw. Abonnementsverkaufs ab. Entscheidend ist aber in jedem Fall das Kostendach, welches vom Voranschlag vorgegeben ist. Die Geschäftsführung ist mithin gehalten, ihre Werbeanstrengungen nicht nur am «täglichen Bedarf», sondern auch an den verfügbaren Mitteln zu

orientieren. Dabei kann es vorkommen, dass das ZKO von gewissen Partnern in den Medien besonders interessante Konditionen erhält. Dazu zählen etwa die ganzseitigen Inserate im «Tages-Anzeiger». Sie können nicht beliebig beansprucht werden, sondern werden vom «Tages-Anzeiger» zumeist kurzfristig und vor allem dann (kostenlos!) zur Verfügung gestellt, wenn eine solche Insertionsseite nicht anderweitig benötigt wird.

**Zu Frage 6:** Da die hier zur Debatte stehenden Werbemassnahmen erst in der laufenden Spielzeit ergriffen worden sind, kann im jetzigen Zeitpunkt keine zuverlässige Auskunft über ihre Auswirkungen erteilt werden. Insbesondere zu den Abonnementsverkäufen liegen keine für solche Aussagen taugliche Zahlen vor, da sie entweder vor Beginn der Spielzeit 2007/2008, d. h. vor den genannten Werbemassnahmen abgewickelt worden sind oder – für die Spielzeit 2008/2009 – sich erst am Anfang befinden. Zumindest darf anhand sehr vorläufiger Zahlen vermutet werden, dass sich diese im budgetierten Rahmen und sogar leicht darüber bewegen. Ob und in welcher Hinsicht diese Zwischenergebnisse in einem unmittelbaren Zusammenhang zu den verschiedenen Werbemassnahmen stehen, kann jedoch gegenwärtig (noch) nicht gesagt werden. Es sei an dieser Stelle immerhin daran erinnert, dass im Antrag um eine Erhöhung der Jahresbeiträge 2008 bis 2011, welchem der Gemeinderat am 30. Januar 2008 zugestimmt hatte, ausdrücklich davon die Rede gewesen ist, dass zur Verbesserung der Ertragslage unter anderem die Einnahmen aus den Konzerten erhöht werden sollen. Dies solle durch ein «effektives Marketing, eine offensive Kommunikation und durch die Präsenz des Orchesters in der Stadt und der Region erreicht» werden. Diese Absichten haben sich nun sowohl im Budget der laufenden Spielzeit als auch in der dem Gemeinderat ebenfalls vorgelegten und auf die oben erwähnte Beitragserhöhung abgestimmten Finanzplanung der kommenden Jahre niedergeschlagen. Die hier zur Debatte gestellten Massnahmen bilden denn auch Teil dieser Planung, und ihr Hauptziel besteht darin, die entsprechenden Vorgaben zu erreichen. Die betreffenden Werbemassnahmen bewegen sich weitgehend im Rahmen des für die Beitragsjahre 2008 bis 2011 in Aussicht genommenen, mithin «ordentlichen» Geschäftsgebarens.

**Zu Frage 7:** Für die Frage nach den Auswirkungen auf den Spielplan 2008 gilt dasselbe, was zu den Auswirkungen auf das Rechnungsergebnis ausgeführt worden ist. Kommt hinzu, dass aus der Fragestellung nicht deutlich genug ersichtlich ist, ob es um die Spielzeit 2007/2008 oder die kommende Spielzeit 2008/2009 geht. In beiden Fällen – wenngleich aus unterschiedlichen Gründen – sind keine zuverlässigen Aussagen möglich. Nicht auszuschliessen ist hingegen, dass im Rahmen der vom Gemeinderat dem Stadtrat in Auftrag gegebenen Überprüfung des ZKO durch externe Fachleute (s. GR Nr. 2007/590) Abklärungen getroffen werden, die näheren Aufschluss über die hier gestellten Fragen zu geben vermögen. Der Gemeinderat wird selbstverständlich zu gegebenem Zeitpunkt über den diesbezüglichen Schlussbericht orientiert werden.

Vor dem Stadtrat  
der Stadtschreiber  
**Dr. André Kuy**