



Weisung des Stadtrats an den Gemeinderat

vom 6. November 2024

GR Nr. 2024/501

Stadtentwicklung, Verein Zürich Tourismus, Beiträge 2025–2028

1. Zweck der Vorlage

Mit dieser Vorlage beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat die Weiterführung des wiederkehrenden Beitrags an den Verein Zürich Tourismus von Fr. 1 300 000.– für die Jahre 2025–2028 für die Aufgaben «Tourist Information» und «Marketing/Services». Der Betrag soll jährlich an die Teuerung angepasst werden. Massgebend ist der prozentuale Wert des Teuerungsausgleichs, den die Stadt ihrem Personal im Vorjahr gewährt hat.

2. Tätigkeiten von Zürich Tourismus

Zürich Tourismus wurde 1885 als Verkehrsverein gegründet und hatte damals wie heute das Ziel, Zürich als Tourismusdestination in der ganzen Welt bekannt zu machen. Die Stadt Zürich unterstützt den Verein Zürich Tourismus seit dessen Gründung. Letztmals sprach der Gemeinderat mit Beschluss GR Nr. 2020/505 einen wiederkehrenden Beitrag von jährlich Fr. 1 222 923.– für die Jahre 2020–2024.

Der Vorstand von Zürich Tourismus besteht aus neun Personen unter dem Vorsitz des ehemaligen Präsidenten von Hotellerie Suisse, Guglielmo L. Brentel. Zwei Vorstandssitze sind gemäss den Statuten Vertreterinnen und Vertretern der öffentlichen Hand (Stadt und Kanton Zürich) vorbehalten. Für den Kanton nimmt der Leiter des Amts für Wirtschaft, für die Stadt die Direktorin Stadtentwicklung diese Vertretung wahr.

Per Ende 2023 waren insgesamt 80 Mitarbeitende in 65 Vollzeitstellen für Zürich Tourismus tätig. Für Stadtführungen und Spezialeinsätze stehen rund 45 freischaffende Reiseleiterinnen und Reiseleiter zur Verfügung, die über 3500 eigene Touren mit rund 55 000 Gästen führten.

Zürich Tourismus erfüllt primär folgende Aufgaben:

- Destinationsmarketing für Stadt und Region Zürich in enger Kooperation mit Schweiz Tourismus, mit der Stadt Zürich, dem Kanton und den Hochschulen sowie anderen Partnerinstitutionen.
- Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich: Betrieb der «Tourist Information» im Hauptbahnhof Zürich mit umfassenden Auskunfts- und Vermittlungsdienstleistungen (rund 300 000 Besuchende, über 20 000 Mailanfragen und über 10 000 telefonische Anfragen pro Jahr).
- Internationale Public-Relations und Medienarbeit: Zürich Tourismus ist die zentrale Koordinationsplattform für internationale Medienanfragen im Reisejournalismus inklusive Betreuung der Medienschaffenden vor Ort (über 280 Medienschaffende pro Jahr positionieren die Stadt mit positiver Berichterstattung weltweit).



2/8

- Führung und Betrieb des Kongressbüros: Zürich Tourismus koordiniert und vermittelt zielgruppenorientierte Angebote im Kongressbereich (teils in Kooperation mit Stadt und Kanton und mit dem Hallenstadion und der Messe Zürich). 2023 wurden 1181 Anfragen bearbeitet.
- Verkauf und Vermittlung touristischer Dienstleistungen an Direktkundinnen und -kunden sowie an Vermittlerinnen und Vermittler in den Zielmärkten: Dazu verfügt Zürich Tourismus über ein eigenes Reservations- und Buchungssystem sowie Call Center. Zürich Tourismus ist ein Kompetenzzentrum für Stadtführungen und verkauft die Zürich Card (ÖV-Karte, die zahlreiche zusätzliche Vergünstigungen inkludiert.)
- Öffentlichkeitsarbeit («Marketing/Services»): Zürich Tourismus fördert das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus bei Behörden, Wirtschaft und der breiten Öffentlichkeit. Dazu verfügt die Organisation über eine interne Kommunikationsagentur.
- Open Data: Zürich Tourismus hat als erste Destinationsmarketingorganisation in der Schweiz eine strukturierte (Open Source)-Datenplattform aufgebaut. Diese ermöglicht es, die Informationen einfach auf Drittplattformen einzubinden und dadurch jederzeit aktuelle Inhalte anzuzeigen. Beispiele dafür sind die Zürich City Guide App und die interaktiven Stadtpläne, die in Zusammenarbeit mit dem Hochbaudepartement der Stadt Zürich und Clear Channel betrieben werden. Die Daten dazu werden über die Schnittstelle Open Data von Zürich Tourismus verwendet.

3. Die Nachhaltigkeitsstrategie von Zürich Tourismus

Zürich Tourismus hat sich mit der Strategie «Zürich übernimmt Verantwortung» eine Nachhaltigkeitsstrategie und quantitative Mehrjahresziele bis 2030 in zehn Fokusfeldern (Umwelt, Soziales und Ökonomie) gegeben. Glaubwürdigkeit, Vergleichbarkeit und Transparenz werden durch Zertifizierungen und die Umsetzung internationaler Standards (wie z. B. diejenigen der Global Reporting Initiative GRI im jährlichen Nachhaltigkeitsbericht) gewährleistet. Zusätzlich hat sich Zürich Tourismus gemeinsam mit der Stadt Zürich um ein Destinationszertifikat (Earth-Check-Zertifizierung) für die ganze Stadt beworben und die entsprechenden, umfassenden Nachweise erbracht. Das Earth Check-Zertifikat wurde eigens für die Reise- und Tourismusbranche entwickelt und ist weltweit anerkannt. Es zeigt die gesellschaftlichen, ökonomischen, kulturellen und ökologischen Auswirkungen des Tourismus in Zürich und den Grad des nachhaltigen Umgangs damit. Im November wird Zürich damit als erste europäische Stadt als nachhaltige Destination zertifiziert.

Auch die eigene Organisation agiert möglichst nachhaltig: Zürich Tourismus trägt nicht nur das höchste Level III des Nachhaltigkeitsprogramms «Swissstainable» von Schweiz Tourismus, sondern ist seit langem ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert (ISO International Organization for Standardization) für ihr ausgeprägtes Qualitätsmanagement (ISO 9001) und ein erfolgreiches Umweltmanagement (ISO 14001). Zürich Tourismus ist seit 2010 zudem klimaneutral, misst als Gesamtunternehmen den eigenen, betriebsinternen ökologischen Fussabdruck und kompensiert die durch die eigenen Tätigkeiten produzierte CO₂-Menge via «myclimate» in internationalen Klimaschutzprojekten. Zürich Tourismus reduziert seit 2009 den ökologischen Fussabdruck um durchschnittlich drei Prozent pro Jahr und verfolgt das Ziel ein Zero-Waste-



Unternehmen zu werden. Auf Themen wie Lohngleichheit, Arbeitssicherheit, Gesundheit, Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Forderung der Diversität in Bezug auf Kultur, Alter und Geschlecht wird grossen Wert gelegt. Es herrscht ein offenes Vorschlagswesen und die Mitarbeitenden gestalten die Organisation aktiv mit.

Die Nachhaltigkeitsbestrebungen sind auch in der übergeordneten Destinations-Strategie von Zürich Tourismus verankert, in der aufgezeigt wird, wie der Tourismus als wichtiger Wirtschaftszweig der Stadt möglichst nachhaltig gestaltet werden kann. Nachhaltiger Tourismus ist eine ambitionierte Zielsetzung. Zürich Tourismus verfolgt eine pragmatische Herangehensweise, arbeitet eng mit der Zürcher Hotellerie zusammen und positioniert Zürich als umweltbewusste Destination, die stark auf Regionalität, Saisonalität und lokale Kultur fokussiert. So wird beispielsweise auf die Verwendung von regionalen Produkten sowohl im Individual- als auch im Kongresstourismus Wert gelegt. Weiter sind relevante Drittpartnerinnen und -partner von Zürich Tourismus in die Bestrebungen eingebunden und kompensieren ihre CO₂-Emissionen ebenfalls vollumfänglich; dies gilt zum Beispiel für alle Stadtrundfahrten bei Gruppenreisen, die nur mit Mobilitätspartnerinnen durchgeführt werden dürfen, die E-Fahrzeuge anbieten. Auch das Kongressbüro hält Businessreisende dazu an, möglichst klimafreundlich anzureisen: mit dem Zug statt mit dem Flugzeug. Umweltbewusste Produkte und Dienstleistungen sind auf der Webseite von Zürich Tourismus gekennzeichnet. So finden sich dort rund 300 Touren für die Bereiche Wandern, Fahrrad und Bike, Inlineskating sowie Kanu und Paddeln. Alle Ausflugsangebote können klimaneutral erlebt werden – entweder fallen keine klimawirksamen Emissionen an oder die verursachten Emissionen werden durch die Anbieterinnen und Anbieter über die Stiftung myclimate kompensiert. Die von Zürich Tourismus in zwölf Sprachen angebotenen Stadtführungen werden zu Fuss durchgeführt und wurden im Jahr 2019 von rund 55 000 Personen in Anspruch genommen. Damit ist Zürich eine der beliebtesten Städte, die zu Fuss erkundet werden können – und dies nehmen zunehmend auch Gäste aus der näheren Umgebung wahr: Gäste aus der Schweiz machten in den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 über einen Drittel aller Übernachtungen aus (34,4 Prozent).

4. Zusammenarbeit mit der Stadt Zürich

Der Beitrag der Stadt Zürich wird für die Bereiche «Tourist Information» und «Marketing/Services» ausgerichtet. Die «Tourist Information» ist die Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich im Hauptbahnhof. Sie stellt mit dieser unentgeltlichen Information eine zentrale Dienstleistung für die Stadt dar, die auch von der öffentlichen Bevölkerung in Anspruch genommen wird. Sie ist 365 Tage im Jahr geöffnet und verzeichnet jährlich rund 400 000 Besuchende. Hinzu kommt die Beantwortung von über 25 000 Telefonanrufen und Online-Anfragen (via E-Mail sowie WebChat) pro Jahr, Tendenz steigend. Ebenfalls zur Tourist Information im Hauptbahnhof gehört der Informations- und Verkaufskanal der Produkte von Zürich Tourismus (Vermittlung von Hotelzimmern, Reiseleitungen für Stadtführungen/Tagestouren/Kongresse usw., Information über das gesamte kulturelle und gastronomische Angebot im Raum Zürich, Vermittlung von Extrafahrten, Angebotsschulungen in Hotels und bei Partnerinnen und Partnern usw.), sowie die Reiseleiterinnenzentrale (rund 3500 Führungen mit 55 000 Teilnehmenden in 12 Sprachen im Jahr 2023 sowie kostenlose Stadtführungen für



Flüchtlinge in Zusammenarbeit mit der Asylorganisation Zürich AOZ). Das Angebot an Führungen ist für Touristinnen und Touristen wie für Einheimische gleichermaßen interessant.

«Marketing/Services» umfasst Anteile der Herstellung von Verkaufs- und Informationsmaterialien mit unterschiedlichen Medien (Print/Online/usw.), die Webseite www.zuerich.com sowie die internen Aufgaben Buchhaltung, Personalwesen, Logistik und die IT-Infrastruktur. Die Bestrebungen von Zürich Tourismus zur Förderung des Standorts Zürich und zu dessen Entwicklung und Positionierung als nachhaltige Tourismusdestination im In- und Ausland sind zentrale Anliegen der Stadt Zürich, wie sie in den «Strategien Zürich 2040» des Stadtrats festgeschrieben sind (STRB Nr. 1183/2024).

Im Jahr 2023 betrug der Beitrag der Stadt Zürich an Zürich Tourismus insgesamt Fr. 1 274 300.– (GR Nr. 2020/505). Für die Jahre 2025 bis 2028 ist aufgrund der Teuerung ein jährlicher Beitrag von Fr. 1 300 000.– vorgesehen. Ausnahmen stellten die Jahre 2020 und 2021 dar: Da wurde Zürich Tourismus (GR Nrn. 2020/297 und 2020/505) ein Sonderbeitrag für zwei Jahre aufgrund der Corona-Pandemie zur Abfederung der wirtschaftlichen Einbussen bewilligt. Mit der raschen Erholung der Tourismusbranche nach der Pandemie wird dieser nicht mehr benötigt.

Kostenstelle in Fr. 1000.–	Jahreserfolg						
	2023 IST	2024 Budget	2024 Forecast	2025 Plan	2026 Plan	2027 Plan	2028 Plan
Tourist Info	-1 799.7	-1 455.0	-1 395.0	-1 500.0	-1 500.0	-1 500.0	-1 500.0
Marketing/Services	-500.0	-500.0	-500.0	-500.0	-500.0	-500.0	-500.0
Total der Bereiche	-2 299.7	-1 955.0	-1 895.0	-2 000.0	-2 000.0	-2 000.0	-2 000.0

Kostenstelle in Fr. 1000.–	Beitrag Stadt					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Tourist Info	1 274.3	1 274.3	1 274.3	1 274.3	1 274.3	1 274.3
Marketing/Services	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total der Bereiche	1 274.3	1 274.3	1 300.0	1 300.0	1 300.0	1 300.0

Tabelle 1: Operative Ergebnisse (IST 2023, Budget und Forecast 2024 sowie Plan 2025–2028) und städtische Beiträge der von der Stadt mitfinanzierten Bereiche in Fr. 1000.– (inklusive Teuerung auf Basis 2023).

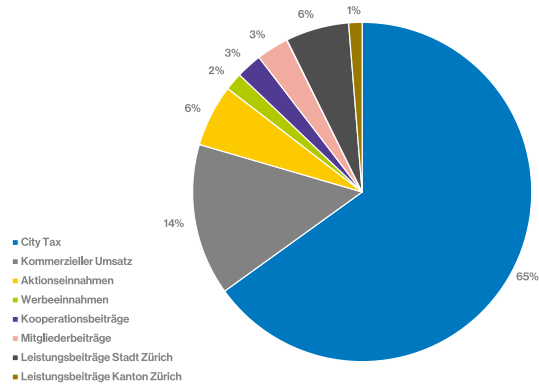
5. Budget Zürich Tourismus und Finanzierung

Zürich Tourismus finanzierte sich 2023 zu 65 Prozent über die City Tax (Übernachtungsabgabe). Der kommerzielle Umsatz machte 2023 14 Prozent der Gesamteinnahmen aus, während sich die Beiträge der Stadt auf sechs Prozent beliefen.



5/8

Mittelherkunft 2023



Zürich, Switzerland.

Abbildung 1: Mittelherkunft Zürich Tourismus 2023

Die Erfolgsrechnung 2023 und das Budget 2024 sehen wie folgt aus:

Jahresrechnung 2023 und Budget 2024

	Ertrag 2023	Budget 2024
Erlös aus Lieferungen und Leistungen		
City Tax	13'75'4430	18'000'000
Kommerzieller Umsatz	3'056'032	2'600'000
Aktionseinnahmen	1'251'079	1'000'000
Mitgliederbeiträge	649'539	700'000
Kooperationsbeiträge	520'461	350'000
Werbeeinnahmen	357'591	300'000
Finanzertrag	7'292	5'000
Total Nettoerlös Lieferungen und Leistungen	19'596'424	22'950'000
Leistungsbeitrag Stadt Zürich	1'274'300	1'274'300
Leistungsbeiträge Kanton Zürich	270'000	270'000
Beiträge öffentliche Hand	1'544'300	1'544'300
Total Nettoerlös und Beiträge	21'140'724	24'494'300
Operative Aufwände		
Kommerzieller Aufwand	-2'220'328	-1'430'000
Direkter Marketingaufwand	-10'516'465	-14'220'000
Personalaufwand	-6'870'359	-7'480'000
Übriger betrieblicher Aufwand	-1'710'569	-1'650'000
Abschreibungen	-29'203	-30'000
Finanzaufwand	-58'607	-60'000
Total Operative Aufwände	-21'405'530	
Betriebsergebnis	-264'807	-315'700
Betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg		
Betriebsfremde Erträge	1'642	0
Betriebsfremde Aufwände	0	-1'000
Ausserordentliche Erträge	44'306	0
Ausserordentliche Aufwände	0	-40'000
Total betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg	45'948	-50'000
Jahresergebnis	-218'859	-420'700

Tabelle 2: Jahresrechnung 2023, Erfolgsrechnung und Budget 2024, Zürich Tourismus



Zürich Tourismus schloss 2023 mit einem Verlust von Fr. 218 859.– ab. Dieser wurde dem Eigenkapital zugewiesen. Dieses beträgt damit per 31. Dezember 2023 Fr. 4 701 694.–.

Beim Erlös aus der City Tax werden für das Jahr 2024 und die folgenden Jahre Mehreinnahmen von rund 5,5 Millionen Franken im Vergleich zu 2022 budgetiert. Dies ergibt sich aus einer im Mai 2023 beschlossenen Erhöhung der City Tax von Fr. 2,50 auf Fr. 3,50 pro Gast und Übernachtung. Für die kommenden Jahre wird die City Tax auf der Höhe von 2024 bleiben. Die zusätzlichen Einnahmen fliessen in zusätzliche Marketingleistungen in den Märkten und in die Entwicklung der Destination Zürich (Nachhaltigkeitszertifizierung usw.), deshalb erhöht sich der direkte Marketingaufwand um rund 3 Millionen Franken.

Die kommenden Budgetjahre werden sich im Rahmen der Budgets 2024 und 2025 befinden.

Bilanz 2023

Aktiven	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF
Umlaufvermögen	9'264'367	10'052'203
Flüssige Mittel	5'374'732	5'558'471
Forderungen Leistungen	3'680'465	4'335'431
Delkredere	-50'000	-50'000
Vorräte	160'228	173'348
Aktive Rechnungsabgrenzung	118'942	34'954
Anlagevermögen	1'279'428	350'820
Sachanlagen	69'488	90'501
Finanzanlagen	1'209'94'	260'319
Total Aktiven	10'563'795	10'403'023
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital	2'260'787	2'319'222
Verbindlichkeiten Leistungen	1'828'204	1'512'924
Kreditor MWST	154'615	145'609
Vorauszahlungen/Gutscheine	159'280	127'150
Passive Abgrenzungen Rchg	35'517	34'736
Rückstellungen Büro HB	0	380'000
Abgrenzung Ferien/Überzeit	83'170	99'802
Langfristiges Fremdkapital	3'601'314	3'163'249
Destinationsentwicklungs-Fonds	1'700'000	1'500'000
KAE-Fonds	409'159	656'031
Kooperations-Fonds	1'492'155	1'007'217
Eigenkapital	4'701'694	4'920'553
Ordentliche Reserven	4'920'553	4'813'176
Jahresergebnis	-218'859	107'377
Total Passiven	10'583'795	10'403.023

Tabelle 3: Bilanz Zürich Tourismus per 31.12.2023

Das Eigenkapital steht mit 4,7 Millionen Franken zum Fremdkapital von rund 6 Millionen Franken in einem gesunden Verhältnis. Insgesamt zeigt sich nach den Corona-Jahren 2020 und 2021 ein stabiles Bild auf der Ertrags- und Aufwandsseite.

In der Übersicht über die Geschäftsjahre 2019–2024 präsentiert sich das Bild folgendermassen:



Übersicht Geschäftsjahre 2019–2024

Übersicht Geschäftsjahre 2019–2024															
	2019	Anteil in %	2020	Anteil in %	2021	Anteil in %	2022	Anteil in %	2023	Anteil in %	2024 Budget	Anteil in %	2024 Forecast	Anteil in %	2025 Plan
in CHF 1'000															
Nettoerlös und Beiträge															
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	21'196.3		7'422.5		8'637.5		16'603.4		19'589.1		22'950.0		24'980.0		25'420.0
City Tax	12'499.2	55.1%	3'870.9	35.5%	5'708.9	32.6%	10'838.0	53.4%	13'754.4	65.1%	18'000.0	73.5%	19'200.0	72.4%	19'400.0
Kommerzieller Umsatz	5'421.6	23.9%	957.0	8.8%	1'081.7	6.2%	3'031.4	14.9%	3'056.0	14.5%	2'600.0	10.6%	3'300.0	12.4%	3'400.0
Aktionseinnahmen	1'206.3	5.3%	708.3	6.5%	522.5	3.0%	1'142.7	5.6%	1'251.1	5.9%	1'000.0	4.1%	1'200.0	4.5%	1'200.0
Werbeeinnahmen	529.4	2.3%	335.1	3.1%	132.9	0.8%	381.9	1.9%	357.6	1.7%	300.0	1.2%	300.0	1.1%	320.0
Kooperationsbeiträge	734.3	3.2%	763.5	7.0%	537.2	3.1%	512.7	2.5%	520.5	2.5%	350.0	1.4%	300.0	1.1%	400.0
Mitglieder- & Gönnerbeiträge	805.5	3.6%	787.8	7.2%	654.4	3.7%	696.8	3.4%	649.5	3.1%	700.0	2.9%	680.0	2.6%	700.0
Beiträge öffentliche Hand	1'492.9		3'492.9		8'875.2		3'692.4		1'544.3		1'544.3		1'544.3		1'544.3
Leistungsbeiträge Stadt Zürich	1'222.9	5.4%	3'222.9	29.5%	5'222.9	29.8%	2'844.9	14.0%	1'274.3	6.0%	1'274.3	5.2%	1'274.3	4.8%	1'274.3
Leistungsbeiträge Kanton Zürich	270.0	1.2%	270.0	2.5%	3'652.3	20.9%	847.5	4.2%	270.0	1.3%	270.0	1.1%	270.0	1.0%	270.0
Total Nettoerlös und Beiträge	22'689.2	100.0%	10'915.4	100.0%	17'512.7	100.0%	20'295.8	100.0%	21'133.4	100.0%	24'494.3	100.0%	26'524.3	100.0%	26'964.3
Operative Aufwände															
	-22'578.0		-12'787.5		-14'508.4		-20'091.4		-21'346.9		-24'810.0		-26'190.0		-27'190.0
Kommerzieller Aufwand	-4'271.2	18.9%	-776.2	6.1%	-813.3	5.6%	-2'339.8	11.6%	-2'220.3	10.4%	-1'430.0	5.8%	-2'400.0	9.2%	-2'480.0
Direkter Marketingaufwand	-9'114.6	40.4%	-5'362.6	41.9%	-6'973.1	48.1%	-10'213.9	50.8%	-10'516.5	49.3%	-14'220.0	57.3%	-14'220.0	54.3%	-15'000.0
Personalaufwand	-6'985.6	30.9%	-5'056.7	39.5%	-4'955.7	34.2%	-5'728.6	28.5%	-6'870.4	32.2%	-7'480.0	30.1%	-7'640.0	29.2%	-7'980.0
Übriger betrieblicher Aufwand	-2'136.1	9.5%	-1'535.1	12.0%	-1'721.5	11.9%	-1'776.7	8.8%	-1'710.6	8.0%	-1'650.0	6.7%	-1'900.0	7.3%	-1'700.0
Abschreibungen	-70.5	0.3%	-57.0	0.4%	-44.8	0.3%	-32.4	0.2%	-29.2	0.1%	-30.0	0.1%	-30.0	0.1%	-30.0
Betriebsergebnis	111.2		-1'872.0		3'004.3		204.4		-213.5		-315.7		334.3		-225.7
Finanzerfolg															
	-25.3		-22.8		-47.8		-64.3		-51.3		-55.0		-55.0		-75.0
Finanzertrag	4.0		4.0		0.0		0.0		7.3		5.0		5.0		5.0
Finanzaufwand	-29.3		-26.8		-47.8		-64.3		-58.6		-60.0		-60.0		-80.0
Betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg															
	-56.3		-30.3		-32.3		-32.7		45.9		-50.0		-50.0		-60.0
Betriebsfremde Aufwände und Erträge	2.7		-0.3		-0.9		-6.3		1.6		-10.0		-10.0		-10.0
Ausserordentliche Aufwände und Erträge	-59.1		-29.9		-31.4		-26.4		44.3		-40.0		-40.0		-50.0
Jahresergebnis	29.6		-1'925.1		2'924.2		107.4		-218.9		-420.7		229.3		-360.7
Eigenkapital	3'814.0		1'888.9		4'813.1		4'920.5		4'701.7		4'281.0		4'931.0		4'570.3
Relevanten Vergleichsgrößen:															
Anteil Marketingaufwand an Operativem Aufwand	65.8%		74.3%		75.3%		73.9%		75.2%		81.9%		77.9%		78.3%
Anteil Personalkosten an Operativem Aufwand	30.94%		39.54%		34.16%		28.51%		32.18%		30.15%		29.17%		29.35%
Anteil Übriger betrieblicher Aufwand an Operativem Aufw	9.5%		12.0%		11.9%		8.8%		8.0%		6.7%		7.3%		6.3%
Total Marketingaufwand (Direkter Aufwand & Personal)	14'852.5		9'502.1		10'927.9		14'845.2		16'053.6		20'320.0		20'400.0		21'300.0
Kommerzieller Ertrag (Umsatz-Aufwand)	1'150.5		180.8		268.3		691.6		835.7		1'170.0		900.0		920.0
Marge	21.2%		18.9%		24.8%		22.8%		27.3%		45.0%		27.3%		27.1%

Tabelle 4: Übersicht Geschäftsjahre 2019–2024, Zürich Tourismus, Rechnung und Budgets bzw. Finanzplanung 2025

6. Budgetnachweis und Zuständigkeit

Gemäss Art. 59 lit. c Gemeindeordnung (GO, AS 101.100) liegt die Finanzkompetenz für jährlich wiederkehrende Beiträge von mehr als Fr. 100 000.– bis Fr. 2 000 000.– beim Gemeinderat. Die Bewilligung des neuen wiederkehrenden Beitrags von Fr. 1 300 000.– an den Verein Zürich Tourismus liegt daher in der Kompetenz des Gemeinderats.

Gemäss Art. 45 Abs.1 Reglement über Organisation, Aufgaben und Befugnisse der Stadtverwaltung (ROAB, AS 172.101) ist die oder der Vorstehende des antragstellenden Departements zuständig für die Umsetzung der jeweiligen Beschlüsse. Entsprechend obliegt es der Stadtpräsidentin, die Subventionsvereinbarung abzuschliessen.

Der Beitrag ist im Budget 2025 sowie im Finanz- und Aufgabenplan 2025–2028 enthalten.



8/8

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Für die Aufgaben «Tourist Information» und «Marketing/Services» wird dem Verein Zürich Tourismus für die Jahre 2025–2028 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 1 300 000.– bewilligt.**
- 2. Der Betriebsbeitrag wird jährlich per 1. Januar an die Teuerung angepasst. Massgebend ist der prozentuale Wert des Teuerungsausgleichs, den die Stadt ihrem Personal im Vorjahr gewährt hat.**

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats

Die Stadtpräsidentin
Corine Mauch

Der Stadtschreiber
Thomas Bolleter