

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

vom 9. September 2009

1158. Schriftliche Anfrage von Marc Hohl und Michael Baumer betreffend Werbefilm für das Betriebsamt Kreis 5. Am 1. Juli 2009 reichten die Gemeinderäte Marc Hohl (FDP) und Michael Baumer (FDP) folgende Schriftliche Anfrage, GR 2009/313, ein:

Den Medien war zu entnehmen, dass das Betriebsamt des Kreises 5 für sich selber Werbung macht. In erster Linie handelt es sich um einen knapp drei-minütigen Werbefilm, in dem das Amt und dessen Aufgaben dargestellt werden. Es stellt sich dabei die Frage, ob es sinnvoll ist, staatliche Gelder für ein solches Projekt zu investieren, da sich bei einem Betriebsamt die «Kundschaft» aus der Sache selbst ergibt.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Stadtrat um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie hoch sind die Kosten für diese ganze Werbeaktion?
2. Was alles beinhaltet (nebst dem Film) diese Werbeaktion?
3. Sind in anderen Ämtern ähnliche Projekte geplant?
4. Wer soll mit dieser Werbung angesprochen werden?
5. Mit welchem Hintergrund/Ziel wird eine solche Kampagne geführt?

Der Stadtrat beantwortet die Anfrage wie folgt:

Zu Frage 1:

Produktionskosten

Der Film wurde durch ein Startup-Unternehmen kostenlos erstellt; dieses erhielt im Gegenzug eine Referenzadresse.

Kosten Administration: Fr. 159.70

Die Filmaufnahmen nahmen drei Stunden in Anspruch. Die betrieblichen Abläufe wurden dadurch nicht gestört und nicht beeinträchtigt. Das Drehbuch und der Marketingtext (Aufwand: zwei Stunden Arbeit) wurden durch Stadtammann Thomas Zeller in seiner Freizeit am Wochenende verfasst.

Lizenzgebühren

Die monatlichen Lizenzgebühren für die Nutzung des Films als Schulungsmittel, auf der Website und im E-Mail usw. belaufen sich auf Fr. 230.–. Der Film läuft voraussichtlich ein Jahr auf der Plattform, danach wird über eine Beibehaltung der Aufschaltung und Verwendung entschieden.

Zu Frage 2: Die Werbeaktion beinhaltet ausschliesslich den Film.

Zu Frage 3: In den anderen Stadtammann- und Betriebsämtern der Stadt Zürich sind keine derartigen Projekte geplant.

Zu Frage 4: Der Film richtet sich an folgende Zielgruppen:

Schuldnerinnen/ Schuldner:	Segment junge Erwachsene/YouTube-Generation im Alter von 18 bis 30 Jahren: Abbau von Berührungängsten
Gläubigerinnen/ Gläubiger:	Ganze Schweiz: Hinweis auf potenzielle Dienstleistungen
Bürgerinnen/ Bürger:	Hinweis auf Dienstleistungsangebot jenseits des Betriebsamtes: Auskünfte, stadtammannamtliche Geschäfte, Versteigerungen, Glücksspiele (Tombola, Zahlenlotto, Pferdewette, Bingo, Lotterie und andere Glücksspiele).

Zu Frage 5: Die Kampagne hat präventiven Charakter. Im Alltag des Betreibungsamtes ist festzustellen, dass es ein Segment junger Erwachsener gibt, die auf herkömmlichen Kommunikationswegen sehr schwer erreichbar sind. Die jungen Erwachsenen verschulden sich sehr schnell sehr hoch und wissen dann oft nicht, wie sie sich selbst helfen können. Ein Weg wäre, sich rechtzeitig mit den professionellsten aller Inkassofachleute – den Mitarbeitenden auf dem Betreibungsamt – in Verbindung zu setzen. Diese Kontaktaufnahme erfolgt nicht oder oft erst sehr spät, so dass der Gestaltungsspielraum für Lösungen stark eingeschränkt ist.

Seit ungefähr vier Jahren ist das Betreibungsamt mit der starken Aggression in diesem Kundensegment konfrontiert. Der Film soll Ängste abbauen, die Mitarbeitenden im Betreibungsamt als Partnerinnen und Partner zeigen und die Kundinnen und Kunden ermuntern – im eigenen Interesse –, rechtzeitig im Amt vorzusprechen, damit unter Nutzung des Gestaltungsspielraums des SchKG helfend eingegriffen und unnötige Reibungsverluste vermieden werden können. Dieses Kundensegment der jungen Erwachsenen soll auf dem Kommunikations-Kanal YouTube und Facebook erreicht werden.

Es geht jedoch nicht nur um die Erleichterung des Kontakts mit den Schuldnerinnen und Schuldner, sondern auch um eine Kontaktverbesserung mit der Gläubigerseite. Die potenziellen Gläubigerinnen und Gläubiger sollen ermuntert werden, sich noch vor Einleitung einer Betreuung mit dem Amt in Verbindung zu setzen. Dadurch können unklare, unter Verrechnung von hohen Kosten gestellte Begehren vermieden werden.

Der Film sollte den Bürgerinnen und Bürgern auch das vielseitige Dienstleistungsangebot jenseits der Zwangsvollstreckung wie Auktionen, stadtmannamtliche Geschäfte, Versteigerungen, Überwachung von Glücksspielen (Tombola, Zahlenlotto, Pferdewetten, Bingo, Lotterie und andere Glücksspiele) bekannt machen, damit die Bürgerinnen und Bürger es auch nutzen können! Ausserdem ging es beim Film um die Darstellung des Betreibungsamtes Zürich 5 und damit der Stadt Zürich als modernen, professionellen, wegweisenden Dienstleister und Arbeitgeber.

Vor dem Stadtrat
der Stadtschreiber
Dr. André Kuy