

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 3. September 2014

Stadtentwicklung, Sponsoringbeitrag an freestyle.ch AG Zürich für die Jahre 2015 und 2016

1. Ausgangslage und Zweck des Antrags

freestyle.ch Zürich ist der grösste Trendsportanlass in Europa. Die Veranstaltung bietet Weltklasse-Niveau in den Trendsportarten Snowboard, Freestyle-Skiing, Skateboard, Mountainbike und FMX. Top-Athletinnen und -athleten aus der ganzen Welt messen sich an diesem Event, der bereits seit 1995 jeweils Ende September auf der Landiwiese durchgeführt wird. Den Ausschlag zur Gründung von freestyle.ch gab der Gedanke, einer urbanen Bevölkerung Zugang zu solchen Trendsportarten zu ermöglichen und bei Jugendlichen, die sich nicht an Sportvereinen orientieren, Sportförderung zu leisten. In seiner fast 20-jährigen Geschichte hat sich freestyle.ch Zürich immer weiterentwickelt und dem Puls der Zeit angepasst. So wurden stets neue Sportarten ins Programm aufgenommen, neue Programme zur Aktivierung der jugendlichen Zuschauenden lanciert und die bestehenden Wettkämpfe sukzessive an die technischen Möglichkeiten der Sportlerinnen und Sportler angepasst.

Mit der vorliegenden Weisung beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat die Weiterführung der Ende 2014 auslaufenden jährlich wiederkehrenden Beiträge an freestyle.ch AG Zürich von je Fr. 150 000.– (zuzüglich 8 Prozent Mehrwertsteuer) für die Jahre 2015 und 2016 im Sinne der stadträtlichen Eventstrategie.

2. Top-Event und stadträtliche Eventstrategie

Mit STRB Nr. 606/2008 hat der Stadtrat am 4. Juni 2008 die «Eventstrategie – Strategie für den Umgang mit Top-Events und Grossveranstaltungen» verabschiedet. Gemäss diesem Stadtratsbeschluss verfolgt die Eventstrategie drei Stossrichtungen:

1. Marketing-Ansatz: Die Top-Veranstaltungen sollen für das Image der Stadt im In- und Ausland und für die Bevölkerung besser genutzt werden.
2. Angebotsansatz: Optimierung des Angebots an Top-Veranstaltungen und gezielte Unterstützung bedeutender Veranstaltungen.
3. Förderungsansatz: Stärkung der Handlungsfähigkeit des Standorts Zürich gegenüber der Konkurrenz durch andere Standorte.

In der Eventstrategie wird dazu unter anderem festgehalten, dass die Stadt das Potenzial von Top-Events gezielt für die Profilierung und Promotion der Marke «Zürich», für Rahmenaktivitäten für Bevölkerung und Gäste sowie als Hospitality-Plattform nutzt und das Angebot an Top-Events und Grossveranstaltungen von Seiten der Stadt Zürich gemäss Kriterien (Beitrag zur Profilierung Zürichs, Attraktivität für die lokale Bevölkerung, Nachhaltigkeit, Wertschöpfung, touristische Attraktivität usw.) aktiv gefördert wird.

In der Erarbeitung der Eventstrategie wurden die bereits existierenden grösseren Veranstaltungen in Zürich, wie beispielsweise die Streetparade, Weltklasse Zürich oder das Theaterspektakel, anhand der oben genannten Kriterien überprüft. freestyle.ch wurde dabei eindeutig in die am höchsten eingestufte Gruppe von Events (wie z. B. auch Weltklasse Zürich) eingeteilt. An dieser Einschätzung hat sich bis heute nichts geändert.

Auf der Basis der vom Stadtrat beschlossenen Eventstrategie und auf Verfügung des Stadtpräsidenten vom 6. April 2009 wurde der freestyle.ch AG deshalb für eine dreijährige Versuchsphase von 2009 bis 2011 ein jährlicher Beitrag von je Fr. 150 000.– (zuzüglich 8 Prozent Mehrwertsteuer), insgesamt von Fr. 450 000.– (zuzüglich 8 Prozent Mehrwertsteuer), bewilligt. Nach Ablauf dieser Versuchsphase bzw. ab dem vierten Beitragsjahr bewilligt der

Gemeinderat die Weiterführung des Sponsoringbeitrags von je Fr. 150 000.– (zuzüglich 8 Prozent Mehrwertsteuer) für weitere drei Jahre, d. h. bis Ende 2014 (GR Nr. 2012/127).

Mit der Erneuerung der Beitragszahlung bzw. der damit verbundenen Leistungsvereinbarung kann eine weiterhin möglichst nachhaltige Durchführung (einschliesslich Klimakompensation) dieses Top-Events gesichert werden.

3. Eckpunkte der Leistungsvereinbarung 2009–2014

Der Vertrag mit der freestyle.ch AG für die Jahre 2009 bis 2014 umfasste die folgenden Leistungen:

1. Integration von Zürich in den Schriftzug und in das Logo von freestyle.ch (Neu: freestyle.ch Zürich)
2. Nutzungsrecht an Film- und Fotomaterial von freestyle.ch
3. Präsenz von Zürich im Schriftzug im TV-Bereich am Event
4. Präsenz des Logos «Stadt Zürich» im TV-Bereich am Event
5. Bilder von Zürich in den 26-Minuten-TV-Highlights (internationale Distribution) des Events
6. Auftritt der «Marke Zürich» in der gesamten Kommunikation von freestyle.ch
7. VIP-Anlass am Finaltag plus weitere Tickets
8. Mitarbeitenden-Aktion
9. Verpflichtung, mit den Tickets eine Tageskarte ZVV Zone 10 zu liefern (gültig seit 2012)
10. freestyle.ch Zürich verpflichtet sich, den gesamten Strom als ewz.ökopower zu beziehen (gültig seit 2012).
11. freestyle.ch Zürich verpflichtet sich, die Veranstaltung als klimaneutralen Event durchzuführen (gültig seit 2012).
12. freestyle.ch Zürich stellt in jedem Vertragsjahr die Plattform für eine Partnerschaft mit einem sozialen oder ökologischen Projekt / Institution der Stadt Zürich zur Verfügung. Die Stadt kann diese Kooperation entweder für ein eigenes Projekt verwenden oder ein Projekt von Dritten bezeichnen (gültig seit 2012).

Die freestyle.ch AG liefert der Stadt Zürich zudem – wie bei Grossveranstaltungen im Seebecken üblich – eine Umsatzabgabe auf den Ticketeinnahmen (2012: Fr. 51 068.– ausschliesslich Mehrwertsteuer) und eine Miete für den Platz (2013: Fr. 33 000.– ausschliesslich Mehrwertsteuer) ab.

4. Leistungsvereinbarung 2015 und 2016

Grundsätzlich soll mit der neuen Leistungsvereinbarung für die Jahre 2015 und 2016 die bestehende Partnerschaft weitergeführt werden. Die Vereinbarung umfasst deshalb dieselben Punkte wie bisher (vgl. Ziff. 3). Es wird jedoch zusätzlich noch Markenpräsenz am neu konzipierten Jugendförderungsprogramm *talent@freestyle.ch on tour* in die Vereinbarung aufgenommen (siehe Ziff. 5, Abschnitt Jugendförderung).

5. Nutzen für die Stadt Zürich

Marketing / Image

Durch die Partnerschaft mit der freestyle.ch AG präsentiert sich die Stadt Zürich als junge, moderne und fortschrittliche Stadt. Die Veranstaltung «freestyle.ch Zürich» liefert mit der Kulisse des Sees (bei gutem Wetter reicht der Panoramablick bis zu den Alpen) und den

waghalsigen Sprüngen der Athletinnen und Athleten fantastische Bilder eines attraktiven Standorts mit hoher Lebensqualität.

Die freestyle-Sportarten sind heute mehr als «nur» Trendsportarten. Sie entwickeln immer mehr Breitenwirkung. An den Olympischen Winterspielen 2014 gehörten Slopestyle und Halfpipe beispielsweise zu den spektakulärsten und beliebtesten Sportarten. Die Krönung natürlich war der Sieg von Jugendidol und freestyle.ch Zürich-Lokalmatador Iouri Podlatschikov.

Ein weiteres Anzeichen der breiteren Resonanz, die von den freestyle-Sportarten ausgeht, ist die Tatsache, dass für das Schweizer Fernsehen (SRF) die Berichterstattung über freestyle.ch Zürich zu einem festen Programmteil geworden ist. Aktuell sind verschiedene Beiträge in Evaluation. Die erneute Zusage von SRF steht fest.

Mit der Leistungsvereinbarung wird Zürich in den Namen der Veranstaltung und damit in deren Logo integriert. Die Stadt Zürich profitiert somit nicht nur von der ebenfalls vereinbarten eigenen Logopräsenz, sondern wird überall mitgenannt, wo das Logo von freestyle.ch Zürich vorkommt. Die Medienevaluation von freestyle.ch Zürich hat aufgezeigt, dass die Präsenz des Schriftzugs «Zürich» im Fernsehen und der Online-Berichterstattung einen Werbeäquivalenzwert hat, dessen Wert alleine mehr als doppelt so hoch ist wie die gesamte vereinbarte Zahlung durch die Stadt Zürich.

Durch die gesamte Kommunikation der Veranstaltung werden so über 100 Millionen Kontakte erreicht. Es berichten jeweils über 400 Journalistinnen und Journalisten aus 15 Ländern vom Event und damit von Zürich. Die TV-Bilder werden weltweit ausgestrahlt und erreichen mehrere Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer. Insgesamt konnte seit dem Sponsoringvertrag mit der Stadt die nationale und internationale TV-Sendezeit mehr als verdoppelt werden. Sie erreicht heute eine Gesamtsendezeit von 2181 Stunden, davon knapp 700 Stunden in Europa. Damit kann sich Zürich international als Stadt profilieren, die auch einen speziell bei Jugendlichen äusserst beliebten Sportevent anbietet.

Ausgelöster Umsatz

Die freestyle.ch AG selbst vergibt Aufträge in der Höhe von knapp 3 Millionen Franken, einen grossen Teil davon in der Stadt Zürich. Zudem vergeben Partner- und Sponsoringfirmen sowie Ausstellende weitere Aufträge im Zusammenhang mit der Veranstaltung. Und auch die jeweils über 30 000 Besuchenden geben zusammen einen Millionenbetrag in Zürich aus. Damit schafft freestyle.ch Zürich Arbeitsplätze und generiert Umsatz in der ganzen Region. Für den Aufbau der Infrastruktur werden 120 Mitarbeitende engagiert; an der Veranstaltung selbst sind 450 im Einsatz.

Sportförderung / Jugendliche

freestyle.ch Zürich spricht hauptsächlich eine junge Zielgruppe an und animiert die Jugendlichen zum Sporttreiben. Dies geschieht einerseits durch die Vorbildwirkung der Top-Stars, die bei freestyle.ch Zürich ihr Können zeigen. Andererseits können die Besuchenden in den so genannten Active Zones verschiedene Sportarten (Slackline, Skateboarding, StandUp-Paddeln, Breakdance usw.) gleich selbst ausprobieren oder ihre Fähigkeiten zeigen. Mit einem Beitrag an freestyle.ch Zürich unterstützt die Stadt Zürich diese Aktivitäten mit einer unkonventionellen Sportförderung. Sie erreicht über freestyle.ch Zürich auch Jugendliche, die eher individualistisch veranlagt sind und von den klassischen Sportvereinen weniger angesprochen werden.

In Zukunft soll der Jugendsportförderungsgedanke eine noch grössere und nationale Rolle spielen. Mit dem geplanten Programm *talent@freestyle.ch on tour* sollen Kinder und Jugendliche gefördert und an das freestyle.ch Zürich eingeladen werden. In einer Tournee durch die

angesagtesten Skate- und Snowboardparks der Schweiz wird nach aufstrebenden Talenten der Szene gesucht, welche dann ans freestyle.ch Zürich eingeladen werden und sich dort mit ihren Vorbildern über den Sport austauschen können.

Die Wirtschaftsförderung hat zudem die der Stadt aufgrund der Vereinbarung zustehenden Freikarten (nicht VIP-Tickets) in den letzten beiden Jahren dazu verwendet, Jugendlichen, die in Institutionen der Stiftung Zürcher Jugend- und Kinderheime (zjk) betreut werden, einen Gratisbesuch von freestyle.ch Zürich zu ermöglichen.

6. Nachhaltige Durchführung von freestyle.ch Zürich

freestyle.ch Zürich pflegte über die Jahre eine gute Zusammenarbeit mit den städtischen Dienststellen, um in verschiedenen Bereichen immer wieder Verbesserungen in Bezug auf eine möglichst nachhaltige Gestaltung des Events zu erzielen.

Lärm und Abfall

Im Laufe der Zeit wurde das Lärmkonzept in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Lärmbekämpfung der Stadtpolizei Zürich stark weiterentwickelt. So sind seit zwei Jahren alle Mischpulte mit Schallpegelbegrenzern ausgerüstet, und die Lautsprecheranlagen werden mit der Fachgruppe Lärmbekämpfung eingeepegelt. Der Einsatz von Lautsprechern mit Richtraumcharakteristik reduziert die Lärmemissionen zusätzlich, ebenso die Einhausung der Kompressoren. Die Organisierenden achten streng darauf, die Veranstaltungszeiten einzuhalten und keine Lautsprecher über die Mittagszeit einzusetzen. Über die ganze Dauer der Veranstaltung wird ein Lärmprotokoll zuhanden der Fachgruppe erstellt.

Das Abfallkonzept wurde in Zusammenarbeit mit dem ERZ Entsorgung + Recycling Zürich erstellt. Es besteht ein integriertes Abfallkonzept mit Depotsystem und Trennung der Wertstoffe auf dem Gelände. Die Rücklaufquoten für PET und Alu betragen jeweils über 90 Prozent. Die Partnerfirmen von freestyle.ch werden angehalten, das Flyering auf ein Minimum einzuschränken.

Energie / Klimaneutral-Label von myclimate

Wie jede Grossveranstaltung verbraucht auch freestyle.ch Zürich Energie, hauptsächlich in Form von Elektrizität. Der direkte Stromverbrauch eines Veranstaltungswochenendes beträgt insgesamt etwa 30 000 kWh. Dies ist deutlich weniger, als die grossen Open-Air-Festivals wie St. Gallen oder Frauenfeld benötigen.

Um die Umweltbilanz der Veranstaltung zu verbessern, wurde freestyle.ch Zürich in der bisherigen Vereinbarung mit der Stadt Zürich (s. Ziff. 3) dazu verpflichtet, den verbrauchten Strom in Form von ewz.ökopower zu beziehen. Dieser setzt sich mehrheitlich aus Ökostrom von «naturemade star»-zertifizierten Wasserkraftanlagen und einem Anteil Solarstrom zusammen.

Darüber hinaus verpflichtet sich die freestyle.ch AG bereits seit der Erneuerung des Sponsoringvertrags mit der Stadt Zürich im Jahr 2012, die Veranstaltung klimaneutral durchzuführen. Sie lässt die ganze Veranstaltung mit dem Klimaneutral-Label von myclimate zertifizieren. Damit ist die freestyle.ch AG im Auftrag der Stadt bemüht, die klimawirksamen Emissionen zu reduzieren. Die nicht vermeidbaren Restemissionen kompensiert sie mittels Investitionen in Klimaschutzprojekte. Dabei umfasst die Klimakompensation nicht nur die Emissionen durch den direkten Energieverbrauch, sondern auch Vorleistungen wie Transporte zur Anlieferung oder die Anreise von Athletinnen und Athleten und Besuchenden und ist damit sehr weitgehend.

Soziales / Prävention

2013 wurde beim Ticketverkauf und bei der Einlasskontrolle ein neues, sehr erfolgreiches System eingeführt, bei welchem durch strikte Alterskontrolle am Eingang des Geländes jede einzelne Zuschauende in ihre oder jeder einzelne Zuschauende in seine jeweilige Alterskategorie eingeteilt wurde. Für das Barpersonal ist anhand des Eintrittsarmbands sofort ersichtlich, in welcher Alterskategorie sich die oder der Zuschauende befindet und welche Getränke sie oder er konsumieren darf. Diese einfache, aber effektive Massnahme wurde von der Stadtpolizei ausdrücklich gelobt.

freestyle.ch Zürich leistet zudem durch jährlich wechselnde Partnerschaften auch einen Beitrag zu Präventionsarbeiten sowie zu sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. In den vergangenen Jahren arbeitete freestyle.ch Zürich in diesen Bereichen mit folgenden Organisationen zusammen: Swiss Recycling (Abfalltrennung), WWF (nachhaltiges Freeriden), Roxy Keep a Breast (Brustkrebsprävention), Gummilove (Aidsprävention), Gorilla (Gesundheits- und Sportförderung bei Jugendlichen). Diese privaten Organisationen (jeweils eine pro Jahr) erhalten dabei einerseits Standfläche auf dem Gelände und werden andererseits in die Kommunikation von freestyle.ch Zürich mit aufgenommen. Beides ist für die Organisationen kostenlos. Sie profitieren zudem von einem guten Zugang über freestyle.ch Zürich zu einer jugendlichen Zielgruppe.

7. Antrag

Ein Engagement bei freestyle.ch Zürich ermöglicht der Stadt Zürich auch international wahrgenommene Auftritte vor jugendlichem Publikum und bewirkt eine sozial und ökologisch nachhaltige Ausgestaltung des für Jugendliche höchst attraktiven Anlasses.

Der Stadtrat beantragt vor diesem Hintergrund die erfolgreiche Zusammenarbeit weiterzuführen. Um aber die Flexibilität der Stadtentwicklung Zürich im Hinblick auf die mittelfristige Finanzplanung zu bewahren, wird der Sponsoringvertrag vorerst nur für zwei weitere Jahre beantragt.

8. Zuständigkeit und Budget

Gemäss Art. 41 lit. c der Gemeindeordnung (GO; AS 101.100) liegt die Finanzkompetenz für jährlich wiederkehrende Beiträge über Fr. 50 000.– bis 1 Million Franken beim Gemeinderat. In diesem Sinne beantragt der Stadtrat eine Fortführung des Beitrags an freestyle.ch AG Zürich in Höhe von je Fr. 162 000.– (einschliesslich 8 Prozent Mehrwertsteuer) für die Jahre 2015 und 2016. Der Betrag ist im Budget 2015 und im Aufgaben- und Finanzplan 2015/2016 der Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung, eingestellt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

Der freestyle.ch AG Zürich wird für die Durchführung des Anlasses freestyle.ch für die Jahre 2015 und 2016 ein Beitrag von je Fr. 162 000.– (einschliesslich 8 Prozent Mehrwertsteuer) bewilligt.

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats
die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cuche-Curti