

Zürich,
21. Dezember 2011

Weisung des Stadtrates an den Gemeinderat

Postulat von Dr. Claudia Nielsen und Bernhard Piller betreffend ewz-Sponsoring, Gleichstellung von Mann und Frau

Am 20. Januar 2010 reichten die Gemeinderäte Dr. Claudia Nielsen (SP) und Bernhard Piller (Grüne) folgendes Postulat, GR Nr. 2010/35 ein, welches dem Stadtrat am 10. Februar 2011 zur Prüfung überwiesen wurde:

Der Stadtrat wird gebeten zu prüfen, wie bei wiederkehrenden Sponsoring-Beiträgen des ewz, der Gleichstellung der Geschlechter vermehrt Rechnung getragen werden kann. So sollen einzelne Athletinnen und ganze Frauenteams gesponsert werden. Das ewz soll aktiv die nötigen Schritte unternehmen, mit dem Ziel die Sponsoring-Beiträge unter den Geschlechtern ausgewogener zu verteilen.

Begründung:

Mit den Sponsoring-Beiträgen will das ewz in erster Linie an Veranstaltungen auf seine Produkte aufmerksam machen und so eine breite Bevölkerung für die Ökologisierung des Stromes zu sensibilisieren. Gerade der Sportbereich bietet in dieser Hinsicht eine gute Plattform, wenn auch nicht die einzige. Mit dem Fokus auf Publikums-magnete und grosse mediale Resonanz besteht aber die Versuchung, auf etablierte Veranstaltungen und Sportarten zu setzen. Diese sind jedoch noch mehrheitlich männlich dominiert. Gerade deshalb ist es wichtig, gezielt Frauen- und Mädchenanlässe zu sponsern. Das ewz soll dabei eine aktive Rolle einnehmen und gezielt auf Sportlerinnen und Frauenteams zugehen.

1. Ausgangslage

Das Sponsoring ist ein wesentlicher Bestandteil der integrierten Unternehmenskommunikation, welche sich aus dem Unternehmensleitbild, der Unternehmensstrategie und der Eigentümerstrategie ableitet. Mit einem Sponsoring können Unternehmen und Institutionen ihre Marken, Produkte oder Dienstleistungen bekanntmachen oder steigern. Sie können die Partnerschaften für ihre verschiedensten kommunikativen Zwecke nutzen. Das Sponsoring steigert die Bekanntheit und das Image nachhaltig und hilft, eine Firmenidentität aufzubauen und zu halten. Es führt in vielen Fällen sogar zu einer höheren Aufmerksamkeit als bei der klassischen Werbung und es lassen sich Zielgruppen ansprechen, die mit den klassischen Kommunikationsmassnahmen nicht erreicht werden können. Es spricht zudem die Zielgruppen auf einer emotionalen Ebene an.

Das Sponsoring unterstützt das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) bei der Bekanntmachung und der Vermarktung der ewz-Ökostromprodukte, der Energie- und Netzdienstleistungen, der Telekom-Services sowie bei der Förderung der Energieeffizienz und des sinnvollen und nachhaltigen Umgangs mit der Energie. Ein hoher Bekanntheitsgrad und ein gutes Image sind auch wichtig, um die ambitionierten Leistungsaufträge zu erfüllen. Ebenfalls profitiert die Personalrekrutierung von Image und Bekanntheit des ewz. Potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten werden auf anderen Kanälen auf das ewz und seine Tätigkeiten aufmerksam gemacht. Ein bekanntes Image als ökologisches, innovatives und zuverlässiges Unternehmen begünstigt zudem die Kontaktaufnahme mit Partnern bei der Akquisition von Projekten im Bereich der neuen erneuerbaren Energien, namentlich bei Windkraft- und Solarthermieprojekten. Im Kanton Graubünden produziert das ewz in eigenen Wasserkraftwerken Strom, betreibt und unterhält Verteilnetze, zum Teil im Auftrag von Gemeinden, vermarktet seine Stromprodukte und energienahe Dienstleistungen und liefert Energie an die Gemein-

den. Diese können ihren Stromlieferanten bereits heute frei wählen. Sie vergeben auch die Wasserrechtskonzessionen. Die ersten Wasserrechtskonzessionen, welche das ewz hält, werden ab dem Jahr 2035 auslaufen. Daher ist ein gutes Image auch im Kanton Graubünden schon heute sehr wichtig.

2. Umsetzung

Das ewz hat das Postulat zum Anlass genommen, die Gleichstellung der Geschlechter innerhalb der Sponsoring-Aktivitäten stärker zu thematisieren. Es beurteilt heute bei allen Sponsoring-Anfragen, ob und wie das Anliegen der Gleichstellung der Geschlechter im konkreten Sponsoring-Projekt berücksichtigt werden kann. Bei den mehrjährigen Partnerschaften wurde mit den Vertragspartnern die Gleichstellung der Geschlechter thematisiert und wo nötig Lösungsvorschläge verlangt und/oder Anpassungen vorgenommen. Die Umsetzung dieser Vorgaben wird nun jährlich überprüft. Für die Beurteilung der Sponsoring-Partnerschaften hat das ewz die zusätzlichen Kriterien «Förderung des Frauensports» und «Förderung der Jugendlichen», d. h. der Mädchen und der Knaben eingeführt. Mit dem letzten Kriterium möchte das ewz auch bei den Jugendlichen die Gleichstellung fördern. Es hat sich jedoch bei verschiedenen Gesprächen mit Vereinen und Veranstaltenden gezeigt, dass zuerst vor allem in die Förderung der Mädchen investiert werden muss, damit vor allem der Mädchenanteil markant erhöht werden kann.

Mit dem Sportamt der Stadt Zürich und der Fachstelle für Gleichstellung wurden Bedürfnisse der Frauen und Mädchen diskutiert und mögliche Sponsoring-Aktivitäten für das ewz erörtert. Die Fachstelle für Gleichstellung wünscht sich unter anderem, dass die Vereine auf Mädchen ausgerichtete Sportangebote schaffen, der Mädchenfussball gefördert und polysportive Angebote für Jugendliche, insbesondere für Mädchen, ermöglicht werden. Das Sportamt möchte ebenfalls Teamsportarten fördern und den Mädchen die Gelegenheit geben, sich vermehrt im beliebten (Ausdrucks-)Tanz zu betätigen. Zudem wurde das Bedürfnis für eine Informationsbroschüre geäußert, die sich gezielt an Mädchen und Frauen richtet, die Sport treiben möchten.

Da sich der Energiekonzern Axpo im Fussball als Sponsor der Axpo Super-League betätigt, ist ein Engagement des ewz im Fussball nicht sinnvoll. Es macht keinen Sinn, sich in einer Sportart oder in einem Kulturbereich zu betätigen, wenn dort schon die Konkurrenz eine starke Präsenz hat. Bei den übrigen Bedürfnissen sieht das ewz Möglichkeiten, Sponsoring-Partnerschaften zu realisieren.

2.1 Unterstützung von Vereinen

Das ewz ist aktiv an Vereine und Veranstaltende getreten. Zusammen mit dem Sportamt der Stadt Zürich hat das ewz in einem ersten Schritt mögliche Sportbereiche evaluiert, bei denen das ewz Sponsoring-Aktivitäten realisieren könnte. Bei den Mädchen und Frauen wird der Fokus auf die Sportarten Basketball, Handball, Synchronschwimmen, Turnen und Volleyball gelegt. An verschiedene Vereine wurde Anfang 2011 ein Rundschreiben verschickt und sie zur Einreichung eines Sponsoring-Dossiers eingeladen. Die Vereine sollen aufzeigen, wie die Bedürfnisse der Frauen und Mädchen mit Unterstützung des ewz berücksichtigt werden können. Von den 70 angeschriebenen Vereinen haben 10 entsprechende Unterlagen eingereicht. Das ewz befindet sich zurzeit in den Detailabklärungen mit den Vereinsverantwortlichen. Erste Sponsoring-Partnerschaften werden ab Ende 2011 realisiert.

2.2 Frauenteam und Einzelathletinnen

Bei den Einzelathletinnen setzt das ewz auf die Sportarten Triathlon, Laufen, Velo, Schwimmen und Leichtathletik. Dort verfügt das ewz über Erfahrungen und ein entsprechendes Beziehungsnetz. Einzelathletinnen sollen wenn irgendwie möglich in die bestehenden Strukturen von Sponsoring-Aktivitäten des ewz integriert werden. Das ewz unterstützt ab diesem Jahr sechs laufbegeisterte Frauen ab 18 Jahren, die den Zürich

Marathon 2012 bestreiten möchten, sich dies aber bisher nicht zugetraut haben. Zudem wurde im Eishockey auf die Saison 2010/2011 hin mit den Lions-Frauen eine Partnerschaft eingegangen. Sie organisieren auch das neu geschaffene «ewz-Girls-Turnier» und den «ewz-Girls-Ferienkurs».

2.3 Veranstaltungen

Das ewz hat im Juni 2010 kurzfristig die Schweizer Meisterschaften im Trampolin und in der rhythmischen Gymnastik unterstützt. Es nahmen rund 220 Athletinnen und Athleten teil, wobei 130 Teilnehmende jünger als 16 Jahre waren. Im April 2011 fanden im Hallenstadion und in Winterthur die World Women Championship 2011 mit den weltbesten Frauen-Eishockeyteams statt, welche das ewz als Hauptsponsor unterstützte. Im März 2012 wird der ewz.danceaward stattfinden. Im Bereich Tanzen fehlte bisher ein Angebot, bei welchem Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit hatten, ihr Können und ihre Leidenschaft zu präsentieren. Diese Lücke schliesst nun der «ewz.danceaward».

2.4 Publikation

Das ewz produziert selbständig oder in Kooperation mit Dritten verschiedene Publikationen bzw. finanziert gewisse Drucksachen rund um das Thema Sport und Energie. Dabei berücksichtigt das ewz die Bedürfnisse beider Geschlechter bei der Umsetzung der Themen. Auf Anregung des Sportamtes wurde im Spätsommer 2011 eine Broschüre produziert, die sich gezielt an Mädchen und Frauen richtet, die in der Stadt Zürich Sport treiben möchten.

3. Fazit

Das ewz hat in den vergangenen Monaten verschiedene Sponsoring-Projekte mit Fokus Frauen und Mädchen realisiert. Es wird diesen Kurs weiterführen und auch in Zukunft die Gleichstellung bei der Auswahl der verschiedenen Sponsoring-Aktivitäten berücksichtigen, aber auch immer die Jugendförderung im Auge behalten. Es wird das sportliche Umfeld beobachten und aktiv im Rahmen der personellen und finanziellen Möglichkeiten entsprechende Vorhaben unterstützen. Mit dem Sportamt der Stadt Zürich und der Fachstelle für Gleichstellung sollen die bisher getätigten Aktivitäten einmal jährlich analysiert und weitere Vorhaben definiert werden. Der Stadtrat ist der Ansicht, dass der so eingeschlagene Weg richtig ist und das Anliegen des Postulats damit erfüllt und das Postulat abgeschrieben werden kann.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Vom Bericht betreffend ewz-Sponsoring, Gleichstellung von Mann und Frau, wird Kenntnis genommen.**
- 2. Das Postulat, GR Nr. 2010/35, von Dr. Claudia Nielsen (SP) und Bernhard Piller (Grüne) vom 20. Januar 2010 betreffend Gleichstellung von Mann und Frau wird als erledigt abgeschrieben.**

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

Im Namen des Stadtrates
die Stadtpräsidentin
Corine Mauch
der Stadtschreiber
Ralph Kühne