

Zürich,
8. September 2010

Weisung des Stadtrates an den Gemeinderat

Zürich Tourismus, Weiterführung des Beitrages

1. Zweck der Vorlage

Die Stadt Zürich unterstützt die Marketingorganisation Zürich Tourismus seit ihrer Gründung 1885 mit finanziellen Beiträgen. Mit Gemeinderatsbeschluss, GR Nr. 2007/527, vom 19. Dezember 2007 wurde der Beitrag an Zürich Tourismus für die Jahre 2008 bis 2010 auf Fr. 1 180 000.– zuzüglich Teuerung festgesetzt. Gleichzeitig wurde erstmals eine Leistungsvereinbarung zur Verwendung des städtischen Beitrages abgeschlossen. Im Zusammenhang mit der anstehenden Erneuerung der Leistungsvereinbarung sowie der Fortführung der Beitragszahlungen für die Jahre 2011 bis 2013 wurden erste Überlegungen hinsichtlich der allfälligen Erweiterung der Leistungsvereinbarung um weitere Tourismusbereiche angestellt (s.S.4ff. und S. 7). Diese sind jedoch noch nicht Gegenstand dieser Vorlage, bei der es zum derzeitigen Zeitpunkt ausschliesslich um die Weiterführung des bisherigen Beitrages geht.

2. Ausgangslage

Die Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt und Zürich Tourismus umfasst die Bereiche «Tourist Services», «Operations» und «Kommunikation/Services».

«Tourist Services» bezeichnet den Betrieb einer Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich im Bahnhof. Die Auskunftsstelle ist an 365 Tagen im Jahr bedient und verzeichnet jährlich rund 600 000 Besuchende. Hinzu kommt die Beantwortung von rund 35 000 Telefonanrufen pro Jahr.

Zum Bereich «Operations» gehören u.a. die Informationszentrale, die den Informations- und Verkaufskanal der Produkte von Zürich Tourismus darstellt (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 Partnern usw.), sowie die Reiseleiterzentrale (rund 3900 Führungen in 15 Sprachen im Jahr 2009).

«Kommunikation/Services» deckt die Herstellung von Werbematerialien mit unterschiedlichen Medien (Print/Online usw.), die viersprachige Webpage www.zuerich.com sowie die internen Aufgaben Buchhaltung, Personalwesen und Informatik ab.

Die beiden Bereiche «Tourist Services» und «Operations» stellen zentrale lokale Dienstleistungen von Zürich Tourismus dar, die auch von der Stadtbevölkerung in Anspruch genommen werden. Insbesondere bei den Stadtführungen wurde die Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus vertieft und das erweiterte Angebot ist für Touristinnen und Touristen wie für Einheimische gleichermaßen attraktiv. Die städtischen Beiträge decken das operative Defizit der Bereiche «Tourist Services» und «Operations» vollumfänglich, wobei die Aufteilung der städtischen Beiträge an die Bereiche aufgrund des von Jahr zu Jahr unterschiedlich ausfallenden operativen Ergebnisses in der Höhe variieren. Der Bereich «Kommunikation/Services» wird teilfinanziert. Im Jahr 2009 betrug der Beitrag der Stadt Zürich an Zürich Tourismus insgesamt Fr. 1 215 600.–.

Kostenstelle	Operatives Ergebnis		Beitrag Stadt	
	2009	2010	2009	2010
IST 2009 und Budget 2010 in Fr. 1000				
Tourist Services	-287.3	-392.2	287.3	392.2
Operations	-460.6	-402.1	460.6	402.1
Kommunikation/Services	-983.8	-889.1	467.7	420.7
Total der 3 Bereiche	-1731.7	-1683.3	1215.6	1215.0

Tabelle 1: Operative Ergebnisse (IST 2009 und Budget 2010) und städtische Beiträge der 3 von der Stadt mitfinanzierten Bereiche in Fr. 1000.–.

Keinen spezifisch ausgewiesenen Beitrag leistet die Stadt Zürich an die kostenmässig grössten Bereiche von Zürich Tourismus, das Basis- und das Tiefenmarketing sowie den Bereich Business/Convention Büro.

3. Antrag Zürich Tourismus

Mit Schreiben vom 2. August 2010 ersucht Zürich Tourismus – neu für die Dauer von vier Jahren (2011 bis 2014) analog den Kulturinstitutionen – einerseits um Fortsetzung der städtischen Leistungen für die genannten Bereiche in bisherigem Umfang. Die grundlegenden Dienstleistungen können mit dem bestehenden Unterstützungsbeitrag fortgeführt und neuen Kundenbedürfnissen wie Zugang mittels neuen Informationsmedien (Social Media, Apps usw.) angepasst werden. Auf der anderen Seite ersucht Zürich Tourismus um Erweiterung der Leistungsvereinbarung im Bereich internationales Kulturmarketing. Das Ersuchen ist verbunden mit einem Antrag auf einen städtischen Zusatzbeitrag von jährlich Fr. 200 000.– an ein über Zürich Tourismus koordiniertes internationales Kulturmarketing. Zürich Tourismus würde Fr. 200 000.– aus eigenen Mitteln beisteuern und das Kulturmarketing auf Basis eines gemeinsam erarbeiteten Konzeptes befristet für die nächsten vier Jahre gemeinsam mit der Stadt aufbauen. Im Hinblick auf den Wechsel in der Leitung der Kulturabteilung und Überlegungen zu einem städtischen Kulturmarketing erscheint dieser Antrag verfrüht. Von einer kurzfristigen Erweiterung der Leistungsvereinbarung verbunden mit einer Aufstockung des finanziellen Beitrages der Stadt soll daher derzeit abgesehen werden.

4. Die Bedeutung des Tourismus für Zürich

Obwohl die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise nicht ohne Auswirkungen auf den Tourismus blieb, fielen die Einbussen bei den Logiernächten weit geringer aus als erwartet. Zwar konnte das Spitzenjahr 2008 nicht mehr ganz erreicht werden, trotzdem verzeichnete die Tourismusregion Zürich 2009 über 4,6 Mio. Logiernächte, davon 2,5 Mio. alleine in der Stadt. Hinzu kommen pro Jahr rund 15 Mio. Tagestouristen.

Als Querschnittsbranche liefert der Tourismus wesentliche Einkommensimpulse für eine Vielzahl von kleineren und mittleren Unternehmen (KMU). Neben der Hotellerie profitieren vor allem Gastronomie und Detailhandel, aber auch weitere Branchen. Auf Hotellerie und Gastronomie zusammen entfallen gemäss Studie der BAK Economics 58 Prozent der touristischen Ausgaben von insgesamt 2,4 Mia. Franken. Während der Rest beim Detailhandel (etwa 30 Prozent) und weiteren Betrieben Umsatz generiert.

Der Tourismus sichert damit in der Stadt rund 21 000 Arbeitsplätze, darunter viele mit einem weniger anspruchsvollen Anforderungsprofil. Hinsichtlich der Steuereinnahmen geht

die BAK-Studie von jährlich rund 30 Mio. Franken Steuereinnahmen aus, die auf die direkten Effekte des Incoming-Tourismus zurückzuführen sind. Die Tourismusbranche leistet damit einen wichtigen Beitrag zur lokalen wirtschaftlichen Entwicklung.

5. Tätigkeiten und Organisation von Zürich Tourismus

Der Vorstand von Zürich Tourismus besteht aktuell aus neun Personen und wird seit 2009 vom ehemaligen Stadtpräsidenten Dr. Elmar Ledergerber präsiert. Zwei Vorstandssitze sind Vertreterinnen und Vertretern der öffentlichen Hand (Stadt und Kanton Zürich) vorbehalten. In Absprache mit dem Kanton sind beide Sitze bis auf Weiteres von der Stadt Zürich besetzt.

Per Ende 2009 waren insgesamt 62 Mitarbeitende in 54,8 Vollzeitstellen für Zürich Tourismus tätig. Für Stadtführungen und Spezialeinsätze werden bei Bedarf etwa 57 freischaffende Reiseleiterinnen und Reiseleiter beigezogen.

Zürich Tourismus ist als Verein organisiert und erfüllt im Wesentlichen folgende Aufgaben:

- Destinationsmarketing für Stadt und Region Zürich: Marketing und touristische Markenprofilierung in enger Kooperation mit Schweiz Tourismus und anderen Standort-Organisationen
- Internationale Public-Relations- und Medien-Arbeit: zentrale Koordinationsplattform für internationale Medienanfragen einschliesslich Betreuung vor Ort (800 Journalisten/Jahr mit nachgelagerter imagebildender Berichterstattung)
- Produktgestaltung und Angebotsentwicklung: Koordination und Bündelung von touristischen Dienstleistungen und Produkten, ausgerichtet auf die Zielgruppen Freizeit-, Geschäfts- und Kongresstourismus
- Führung und Betrieb des Kongressbüros: Koordination und Vermittlung von Angeboten einschliesslich Verkauf, zielgruppenorientiert
- Distribution und Verkauf touristischer Dienstleistungen: Verkauf und Vermittlung von Dienstleistungen an Direktkunden und Vermittler in den Zielmärkten (eigenes Reservations- und Buchungssystem sowie Call Center), Kompetenzzentrum von Stadtführungen
- Tourist Service mit Auskunfts- und Vermittlungsdienstleistungen:
- bedürfnisgerechte Information in Print- und E-Medien vor Ort (rund 600 000 Besuchende/Jahr und etwa 35 000 Telefonanfragen)
- Öffentlichkeitsarbeit: Förderung des Tourismusbewusstseins bei Behörden, Wirtschaft und der breiten Öffentlichkeit
- Mitglieder- und Partnermarketing: Bildung einer breiten Trägerschaft für das Destinationsmarketing, Key-Partnerschaften, Nutzen von Synergien mit Leistungspartnern
- Integrierte Kommunikation: interne Kommunikationsagentur und Content Management

Seit einigen Monaten bietet Zürich Tourismus als Zusatzangebot Führungen zu Zürich-West, Leutschenbach und Innenstadt an. Die Konzeption erfolgte in enger Kooperation mit dem Amt für Städtebau (AfS) und Stadtentwicklung Zürich (STEZ). Diese Spezialführungen kann STEZ als Promotionsinstrument nutzen, beispielsweise bei Anfragen von Delegationen aus dem Ausland. Pro Jahr kann STEZ zwölf solcher Führungen unentgeltlich buchen.

Unter anderem mit der Unterzeichnung der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus bekräftigte Zürich Tourismus das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit. Zürich Tourismus kompensiert als Gesamtunternehmen die durch die eigenen Tätigkeiten produzierte CO₂-Menge und unterstützt mit dem Betrag das Klimaschutzprojekt in Uttarakhand (Indien). Zürich Tourismus ist damit die erste klimaneutrale Tourismusorganisation der Schweiz und leistet einen wichtigen Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft. Bis Ende 2010 strebt Zürich Tourismus die ISO-14001-Zertifizierung an,

welche die Kriterien zum Umweltmanagement in Organisationen überprüft.

6. Finanzierung von Zürich Tourismus

Zürich Tourismus finanzierte sich 2009 zu knapp 60 Prozent über die City Tax (Logiernachttaxen). Der kommerzielle Bruttoertrag machte 2009 12,1 Prozent des Gesamtertrages aus, während sich die Beiträge der Stadt auf weniger als 10 Prozent beliefen.

Das Budget 2010 sieht einen Bruttoertrag von 12,328 Mio. Franken vor.

Erfolgsrechnung	Rechnung 2009	Budget 2010
Ertrag		
1. Beiträge		
City Tax Stadt und Flughafen	7 131 300	6 723 300
City Tax übriger Kanton	345 300	381 100
Leistungsbeitrag Stadt	1 215 600	1 215 000
Leistungsbeitrag Kanton	270 000	270 000
Mitgliederbeiträge	393 900	420 000
2. Kommerzielle Erträge		
Werbe-/Aktionseinnahmen	1 029 000	904 300
Kooperationen	811 500	699 000
Kommerzieller Bruttoertrag	1 539 800	1 715 400
Bruttoeinnahmen	12 736 400	12 328 000

Aufwand		
1. Marketing-Aufwand		
Werbe- und Drucksachen	309 600	512 000
Kommunikation	142 300	180 500
Elektronische Medien	274 800	166 000
Betreuung	406 100	351 000
Aktionen	4 308 200	3 803 000
Öffentlichkeitsarbeit/Partnermarketing	298 500	465 000
MaFo/Diverses	140 400	147 000
Projekte	398 900	490 000

2. Betriebsaufwand	5 082 000	5 241 100
Personalkosten	1 113 800	1 139 000
Sachgemeinkosten	279 700	100 000
Projekte		
Bruttoaufwand	12 754 000	12 594 600
neutrales Ergebnis	61 300	52 000
MwSt-Vorsteuerminderung	-53 500	-42 000
Netto Resultat	-9 800	-256 600

Tabelle 2: Rechnung 2009 und Budget 2010 Zürich Tourismus gemäss Jahresbericht 2009

Zürich Tourismus schloss 2009 mit einem kleinen Ausgabenüberschuss von Fr. 9800.– ab. Aufgrund der globalen Lage war im Budget 2009 ursprünglich mit einem höheren Ausgabenüberschuss gerechnet worden. Auch für das Jahr 2010 budgetiert Zürich Tourismus einen Ausgabenüberschuss.

7. Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus in den kommenden Jahren

Im Schreiben vom 2. August 2010 begründet Zürich Tourismus den Antrag um einen Finanzierungsbeitrag zum Aufbau eines gemeinsam zu erarbeitenden Kulturmarketings mit der Notwendigkeit einer konzeptionellen Basis und von gemeinsamen Anstrengungen zur besseren Positionierung des Kulturstandortes in den internationalen Märkten. Diese Überlegungen bestehen zu Recht, wenn Zürich im Tourismusmarkt weiterhin konkurrenzfähig und attraktiv bleiben will. Bereits vor einigen Jahren hat Zürich Tourismus zudem die Initiative zu einem «integrierten Standort- und Destinationsmarketing» (ISDM) ergriffen und erste Projekt-Vorarbeiten geleistet. Der Vergleich mit anderen erfolgreichen Tourismusdestinationen zeigt einen deutlichen Trend auf zugunsten eines integrierten Standortmanagements sowie zu einer übergeordneten Dachmarkenbildung. Um dieses Ziel zu erreichen, ist voraussichtlich ein längerfristiges, zusätzliches finanzielles Engagement seitens der Stadt und des Kantons erforderlich. Bisher wurden unter Beizug der GZA und weiteren Beteiligten in verschiedenen Workshops die Markeninhalte der Marke Zürich erarbeitet. Zudem wurden Studien für mögliche Organisationsformen einer integrierten Vermarktung in Auftrag gegeben. Das Vorhaben wurde bis anhin zur 50 Prozent von ZHT finanziert, Stadt und Kanton trugen je 25 Prozent bei.

Für die kommende Legislatur stehen für Zürich Tourismus noch weitere wichtige Themen wie neues Kongresszentrum, Taxiangebot und Servicequalität, Optimierung touristischer Besucherlenkung, öffentlicher Verkehr und Nachhaltigkeit, Konzeption und Tourismusförderungsbeitrag in der Gastronomie und im Detailhandel usw. im Vordergrund. In etlichen der anstehenden Projekte sucht Zürich Tourismus eine enge Kooperation mit Stadt und Kanton Zürich. Mit dem Kanton befindet sich Zürich Tourismus im Dialog mit dem Ziel, den Unterstützungsbeitrag für verschiedene Projekte, insbesondere das regionale Destinationsmarketing und das Projekt ISDM, substantiell zu erhöhen. Im Hinblick auf die weitere Zusammenarbeit in den anstehenden Projekten mit der Stadt schlägt Zürich Tourismus eine grundsätzliche Prüfung des Leistungsauftrages vor.

Aus Sicht der Stadt sind die Anliegen von Zürich Tourismus Schritte in die richtige Richtung und entsprechen der Stossrichtung, wie sie in den Strategien 2025 des Stadtrates festgeschrieben sind. Hinsichtlich des Kulturmarketings soll der Antrag von

Zürich Tourismus mit der neuen Leitung der Kulturabteilung koordiniert und eine Entscheidung zu einem späteren Zeitpunkt gefällt werden. Für die anderen Schwerpunkte wie beispielsweise das Projekt ISDM sind weitere Abklärungen erforderlich. Überdies sollen die Verhandlungen von Zürich Tourismus mit dem Kanton abgewartet werden.

Im Sinne der Kontinuität sollen daher die Leistungsvereinbarung und die damit verbundenen Beiträge derzeit im bisherigen Umfang unverändert für drei Jahre beibehalten werden. Es besteht jedoch die Option, dass im Verlauf der Legislatur im Sinne der genannten Projekte zusätzliche Vorlagen zur Behandlung kommen.

Die Mittel, die für die Weiterführung des städtischen Beitrages nötig sind, sind im Voranschlag 2011 des Präsidentialdepartements eingestellt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Für die Jahre 2011 bis 2013 wird ein jährlich wiederkehrender Beitrag an Zürich Tourismus von Fr. 1 216 839.– (Stand Teuerung Ende 2009) bewilligt.**
- 2. Ein allfälliger Teuerungsausgleich wird nach Massgabe des Zürcher Städteindexes der Konsumentenpreise jährlich auf dem gesamten städtischen Beitrag entrichtet. Basis ist der Index-Stand per Ende 2009.**
- 3. Das Präsidentialdepartement wird ermächtigt, die Leistungsvereinbarung mit Zürich Tourismus zu erneuern.**

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrates
die Stadtpräsidentin
Corine Mauch
der Stadtschreiber
Dr. André Kuy