

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 22. Juni 2016

Stadtentwicklung, Verein Zürich Tourismus, Beiträge 2017–2020

1. Zweck der Vorlage

Vorliegend beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat die Weiterführung der jährlich wiederkehrenden Beiträge der Stadt Zürich an den Verein Zürich Tourismus in der Höhe von Fr. 1 222 923.– für die Jahre 2017–2020. Der Betrag soll jährlich dem Zürcher Index der Konsumentenpreise an die bis Ende Vorjahr aufgelaufene Teuerung angepasst werden (als Basis gilt der höhere der beiden Werte von Juni 2012 und Dezember 2016). Die bisherige Leistungsvereinbarung mit Zürich Tourismus wird für diese Periode inhaltlich gleichlautend erneuert.

2. Ausgangslage

Zürich Tourismus wurde 1885 gegründet (ehemals Verkehrsverein) und hatte damals wie heute das Ziel, Zürich als Tourismusdestination in der ganzen Welt bekannt zu machen. Die Stadt Zürich unterstützt Zürich Tourismus seit dessen Gründung, die letzten Male basierend auf Gemeinderatsbeschlüssen GR Nr. 2013/245, GR Nr. 2010/381 und GR Nr. 2007/527 jeweils für die Dauer von drei Jahren. Mit vorliegender Weisung wird die Beitragssprechung für vier Jahre beantragt, um dem Verein Zürich Tourismus längerfristige Planungssicherheit zu geben. Zudem wird damit die Beitragssprechung an die im Präsidialdepartement übliche Beitragsdauer angepasst.

2.1 Vorgeschichte und aktuelle Tätigkeiten

Zürich Tourismus ist als Verein konstituiert. Der Vorstand von Zürich Tourismus besteht aktuell aus neun Personen und wurde von 2009 bis 2015 vom ehemaligen Stadtpräsidenten Dr. Elmar Ledergerber präsiert. Aktuell steht der ehemalige Präsident von hotelleriesuisse, Guglielmo L. Brentel, dem Verein vor. Zwei Vorstandssitze sind Vertreterinnen und Vertretern der öffentlichen Hand (Stadt und Kanton Zürich) vorbehalten. Beide Sitze sind von jeweiligen Vertretern der Stadt Zürich sowie dem Kanton Zürich besetzt.

Per Ende 2015 waren insgesamt 65 Mitarbeitende in 57,1 Vollzeitstellen für Zürich Tourismus tätig. Für Stadtführungen und Spezialeinsätze stehen 53 freischaffende Reiseleiterinnen und Reiseleiter zur Verfügung.

Zürich Tourismus 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 (u. a. auch mit der Stadt Zürich im Rahmen des Integrierten Standort- und Destinationsmarketings [ISDM])
- Internationale Public Relations und Medienarbeit: zentrale Koordinationsplattform für internationale Medienanfragen inklusive Betreuung vor Ort (über 500 Medienschaffende pro Jahr mit nachgelagerter weltweit 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 inklusive Verkauf, zielgruppenorientiert

- Distribution und Verkauf touristischer Dienstleistungen: Verkauf und Vermittlung von Dienstleistungen an Direktkundinnen und -kunden sowie Vermittlerinnen und Vermittler in den Zielmärkten (eigenes Reservations- und Buchungssystem sowie Call Center), Kompetenzzentrum von Stadtführungen
- Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich, das sogenannte Tourist Office im Hauptbahnhof Zürich, mit umfassenden Auskunfts- und Vermittlungsdienstleistungen
- Bedürfnisgerechte Information in Print- und E-Medien im Tourist Office im Hauptbahnhof (rund 460 000 Besuchende und über 30 000 Telefon- und Chatanfragen pro Jahr)
- 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 Leistungspartnerinnen und -partnern
- Integrierte Kommunikation: interne Kommunikationsagentur und Content Management

Zürich Tourismus bietet als Zusatzangebot auch Führungen zu Zürich-West, Leutschenbach und Innenstadt an. Die Konzeption erfolgte nach Vorgaben des Amts für Städtebau (AfS) und der 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.

2.2 Zürich Tourismus und Nachhaltigkeit

Zürich Tourismus ist neben ISO 9001 auch ISO 14001 zertifiziert. Diese beiden international anerkannten Zertifizierungen der ISO (*International Organization for Standardization*) stellen ein ausgeprägtes Qualitätsmanagement (ISO 9001) und ein erfolgreiches Umweltmanagement (ISO 14001) sicher. Zürich Tourismus ist seit 2010 zudem die erste klimaneutrale Tourismusorganisation der Schweiz und leistet einen wichtigen Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft. Zürich Tourismus kompensiert als Gesamtunternehmen die durch die eigenen Tätigkeiten produzierte CO₂-Menge und unterstützt mit dem Betrag ein Klimaschutzprojekt in Madagaskar. Mit der Unterzeichnung der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus bekräftigte die Organisation das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit.

Die Eckpfeiler der Nachhaltigkeitsbestrebungen umfassen die drei Ebenen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Zürich Tourismus arbeitet mit der Zürcher Hotellerie zusammen und positioniert Zürich als umweltbewusste Destination. So wird beispielsweise auf die Verwendung von regionalen Produkten sowohl im Individual- als auch im Kongresstourismus Wert gelegt. Dazu gehört das Projekt in der Hotellerie «fair und regional», bei dem sich bisher fast 30 Hotels für regionale und faire Produkte einsetzen. Weiter sind relevante Drittpartner von Zürich Tourismus in die Bestrebungen eingebunden und kompensieren ihre CO₂-Emissionen ebenfalls vollumfänglich; dies gilt z. B. für alle Stadtrundfahrten. Umweltbewusste Produkte und Dienstleistungen sind auf der Webseite von Zürich Tourismus ebenfalls gekennzeichnet. So finden sich auf der Webseite rund 300 Touren für die Bereiche Wandern, Fahrrad und Bike, Inlineskating sowie Kanu und Paddeln. Die von Zürich Tourismus in zwölf Sprachen angebotenen Stadtführungen werden zu Fuss durchgeführt und wurden im Jahr 2015 von rund 40 000 Personen in Anspruch genommen. Damit ist Zürich eine der beliebtesten Städte, die zu Fuss erkundet werden können.

Nebenbemerkung: Der bekannte Trolley-Bus gehört nicht Zürich Tourismus, sondern einem Drittanbieter. Die bisherige Zusammenarbeit hat Zürich Tourismus im Juni 2016 per Ende Jahr gekündigt, da die Bedingung, diesen Bus durch ein ökologisch verträglicheres Modell zu ersetzen, vom Anbieter bisher nicht umgesetzt wurde.

2.3 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. Die Tourismusregion Zürich verzeichnete 2015 über 5,6 Millionen Logiernächte, davon 2,95 Millionen alleine in der Stadt Zürich. Hinzu kommen pro Jahr rund 15,2 Millionen Tages-touristinnen und -touristen.

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. Gemäss dem Verband hotelleriesuisse werden drei von vier Schweizer Franken im Tourismus ausserhalb der Hotellerie ausgegeben. Gemäss einer Studie der BAK Basel Economics AG (2015) generiert der Tourismus in der Stadt Zürich eine touristische Nachfrage von 2,4 Milliarden Franken pro Jahr. Der Bruttowertschöpfungseffekt liegt bei 1,475 Milliarden Franken pro Jahr, was 2,5 Prozent der Gesamtwirtschaft in der Stadt Zürich entspricht.

Der Tourismus sichert damit in der Stadt rund 19 000 Arbeitsplätze, darunter viele mit einem weniger anspruchsvollen Anforderungsprofil. Die Tourismusbranche leistet damit einen wichtigen Beitrag zur lokalen wirtschaftlichen Entwicklung.

3. Zusammenarbeit mit der Stadt Zürich

3.1 Leistungsvereinbarung

Die Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt und Zürich Tourismus umfasst die Bereiche «Tourist Service» und «Marketing/Services».

«Tourist Service» bezeichnet den Betrieb einer Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich, das sogenannte Tourist Office im Hauptbahnhof. Die Auskunftsstelle ist an 365 (bzw. 366) Tagen im Jahr bedient und verzeichnet jährlich rund 460 000 Besuchende. Hinzu kommt die Beantwortung von über 30 000 Telefonanrufen und Online-Anfragen (via Mail sowie WebChat) pro Jahr.

Ebenfalls zum Bereich 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 Partnerinnen und Partnern usw.), sowie die Reiseleiterzentrale (rund 3000 Führungen mit 40 000 Teilnehmenden in 12 Sprachen im Jahr 2015).

«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 Informatik.

Der Bereich «Tourist Service» stellt 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 des Bereichs «Tourist Service» vollumfänglich, wobei die Aufteilung der städtischen Beiträge aufgrund des von Jahr zu Jahr

unterschiedlich ausfallenden operativen Ergebnisses in der Höhe variieren. Der Bereich «Marketing/Services» wird teilweise mitfinanziert. Das operative Defizit des Bereichs «Marketing/Services», welches über den variierenden Beitrag der Stadt Zürich an diesen Bereich hinausgeht, trägt vollumfänglich der Verein Zürich Tourismus. Im Jahr 2015 betrug der Beitrag der Stadt Zürich an Zürich Tourismus insgesamt Fr. 1 222 923.– (GR Nr. 2013/245).

Kostenstelle in CHF 1'000	Jahreserfolg					
	2015 IST	2016 Budget	2017 Plan	2018 Plan	2019 Plan	2020 Plan
Tourist Service	-1'111.6	-1'061.8	-1'050.0	-1'050.0	-1'050.0	-1'050.0
Marketing/ Services	-551	-721.1	-660	-660	-660	-660
Total der Bereiche	-1'662.60	-1'782.90	-1'710.00	-1'710.00	-1'710.00	-1'710.00

Kostenstelle in CHF 1'000	Beitrag Stadt					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tourist Service	1'110.0	1'060.0	1'050.0	1'050.0	1'050.0	1'050.0
Marketing/ Services	112.9	162.9	172.9	172.9	172.9	172.9
Total der Bereiche	1'222.90	1'222.90	1'222.90	1'222.90	1'222.90	1'222.90

Operative Ergebnisse (IST 2015, Budget 2016 und Plan 2017-20) und städtische Beiträge der von der Stadt mitfinanzierten Bereiche in CHF 1'000 (ohne Teuerung).

Keinen spezifisch ausgewiesenen Beitrag leistet die Stadt Zürich an die kostenmässig grössten Bereiche von Zürich Tourismus: die Destinationsvermarktung (Marktbearbeitung) und den Bereich Convention Bureau. Die grundlegenden Dienstleistungen der zwei unterstützten Bereiche (siehe Ausführungen zu «Tourist Service» und «Marketing/Services», Ziff. 3.1) können mit dem bestehenden Unterstützungsbeitrag jedoch fortgeführt und neuen Kundenbedürfnissen wie beispielsweise einem Zugang mittels neuen Informationsmedien (Social Media, Apps usw.) angepasst werden.

3.2 Kooperation mit der Stadt Zürich

Bereits 2011 hat Zürich Tourismus zusammen mit der Stadt und dem Kanton Zürich das über mehrere Jahre entwickelte Konzept eines «Integrierten Standort- und Destinationsmarketings» (ISDM) erfolgreich implementiert. Der Vergleich mit anderen erfolgreichen Tourismusdestinationen zeigte nämlich einen deutlichen Trend zugunsten eines integrierten Standortmanagements sowie zu einer übergeordneten Dachmarkenbildung auf. Neben dem gemeinsamen Auftritt (Branding) im internationalen Kontext stehen gemeinsame Projekte der drei ISDM-Parteien im Vordergrund. Dazu arbeiten sie eng zusammen, um Kosteneffizienz und hohe Effektivität für Zürich zu erzielen. So präsentierte sich der Wirtschafts- und Tourismusstandort Zürich gemeinsam in einem ersten internationalen ISDM-Projekt etwa an den Olympischen Spielen 2012 in London. Aufgrund der hervorragenden Zusammenarbeit der drei beteiligten Organisationen und des Erfolgs des gemeinsamen Auftritts wurde für einen gemeinsamen Auftritt in New York 2014 und an der Expo 2015 in Milano ebenfalls erfolgreich zusammengearbeitet. Aktuell war Zürich Tourismus stark in den Event Zurich Meets London involviert, welcher im Mai 2016 zusammen mit Kanton und Stadt Zürich organisiert wurde.

Für die kommende Legislatur stehen für Zürich Tourismus noch weitere wichtige Themen wie das Taxiangebot und die Servicequalität, die Optimierung touristischer Besucherlenkung, der öffentliche Verkehr und Hotelübernachtungen sowie die Weiterentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit, Konzeption und Tourismusförderung im Vordergrund. 2013 hat Zürich Tourismus das Tourist Office im Hauptbahnhof umgebaut und vollumfänglich selbst finanziert. Damit erhielt Zürich ein modernes und ansprechendes Informations- und Verkaufszentrum für touristische Anliegen.

4. Finanzierung

Zürich Tourismus finanzierte sich 2015 zu knapp 51,3 Prozent über die City Tax (Logiernachttaxen). Der kommerzielle Umsatz machte 2015 24,5 Prozent der Gesamteinnahmen aus, während sich die Beiträge der Stadt auf 6,4 Prozent beliefen. Die Rechnung 2015 sowie das Budget 2016 sieht wie folgt aus:

in CHF 1'000	2015	2016 Budget
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		
	17'722.80	18'145.00
City Tax	9'856.30	10'065.00
Kommerzieller Umsatz	4'699.90	5'000.00
Aktionseinnahmen	1'000.80	1'100.00
Werbeeinnahmen	587.1	580
Kooperationsbeiträge	1'041.00	800
Mitgliederbeiträge	537.7	600
	1'492.90	1'492.90
Leistungsbeiträge Stadt Zürich	1'222.90	1'222.90
Leistungsbeiträge Kanton Zürich	270	270
Total Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	19'215.70	19'637.90
Operative Aufwände		
	-19'194.40	-19'707.00
Kommerzieller Aufwand	-3'701.20	-3'710.00
Direkter Marketingaufwand	-7'936.10	-8'327.00
Personalaufwand	-6'018.00	-6'190.00
Übriger betrieblicher Aufwand	-1'409.30	-1'395.00
Abschreibungen	-80.7	-80
Finanzaufwand	-49.1	-5
Betriebsergebnis	21.3	-69.1
Betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg		
	39.6	70
Betriebsfremde Aufwände und Erträge (netto)	-2.3	10
Ausserordentliche Aufwände und Erträge (netto)	41.9	60
Jahresergebnis	60.9	0.9

Tabelle 2: Rechnung 2015 und Budget 2016 Zürich Tourismus

Zürich Tourismus schloss 2015 mit einem Ertragsüberschuss von Fr. 60 926.– ab. Dieser wird dem Eigenkapital zugeführt.

5. Fazit

Aus Sicht der Stadt erbringt Zürich Tourismus wertvolle Leistungen für den Wirtschafts- und Tourismusstandort Zürich. Durch die von der Stadt Zürich voll- oder mitfinanzierten Dienstleistungen im Rahmen der Bereiche «Tourist Service» (vollfinanziert) und «Marketing/ Services» (mitfinanziert, siehe Ziff. 3.1) wird ein reibungsloser operativer Ablauf dieser wichtigen Angebote ermöglicht. Die Bestrebungen von Zürich Tourismus sind auch zentrale Anliegen der Stadt Zürich, wie sie in den Strategien 2035 des Stadtrats festgeschrieben sind (STRB Nr. 128/2015).

Die Leistungsvereinbarung und die damit verbundenen Beiträge sollen im bisherigen Umfang für vier Jahre fortgeführt werden.

6. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Mit der Volksabstimmung vom 6. September 1987 hatte das Zürcher Stimmvolk einer jährlichen Beitragszahlung an Zürich Tourismus (damals Verkehrsverein Zürich) von Fr. 585 000.– zugestimmt. Es handelte sich dabei erstmals um einen jährlich wiederkehrenden Beitrag von über Fr. 500 000.– und war damit – gemäss damals geltendem Art. 10 d der Gemeindeordnung der Stadt Zürich – der obligatorischen Volksabstimmung unterstellt. Gemäss dem seit 1988 geltenden Art. 11 b der Gemeindeordnung vom 26. April 1970 (GO; AS 101.100) unterstehen neue Ausgaben i.S.v. Art. 10 d GO lediglich dem fakultativen Referendum, sofern sie eine bereits von der Gemeinde beschlossene Ausgabe ohne Änderung des Zwecks erhöhen. Die in der Folge jeweils vom Gemeinderat beschlossenen Beitragszahlungen an den Verkehrsverein Zürich bzw. an Zürich Tourismus unterstanden jeweils dem fakultativen Referendum, nachdem sich der Zweck der Beitragszahlungen nicht geändert hat. Dies ist auch bei den mit vorliegender Weisung beantragten Beitragszahlungen für die Jahre 2017–2020 der Fall.

Die jährlichen Beiträge werden im Budget 2017 ordentlich eingestellt und sind im Aufgaben- und Finanzplan 2016–2019 der Dienstabteilung Stadtentwicklung enthalten.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Dem Verein Zürich Tourismus wird ein jährlich wiederkehrender Beitrag von Fr. 1 222 923.– für die Jahre 2017–2020 bewilligt.**
- 2. Der Beitrag wird jährlich der Teuerungsentwicklung angepasst. Massgebend ist der Zürcher Index der Konsumentenpreise (als Basis gilt der höhere der beiden Werte von Juni 2012 und Dezember 2016). Eine negative Jahreststeuerung führt nicht zu einer Beitragsreduktion, wird aber in den Folgejahren mit positiven Indexwerten verrechnet. Weist die letzte Jahresrechnung einen Bilanzfehlbetrag aus, kann der Stadtrat ganz oder teilweise auf die Anpassung verzichten.**
- 3. Der Stadtrat kann den Beitrag für das Folgejahr um bis zu 10 Prozent kürzen, sofern die städtische Jahresrechnung des letzten Jahres einen Bilanzfehlbetrag aufweist. Zeigen die städtischen Jahresrechnungen in zwei aufeinanderfolgenden Jahren einen Bilanzfehlbetrag, kann der Stadtrat den Beitrag für das Folgejahr um bis zu 20 Prozent kürzen.**

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats

die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cucho-Curti