



Weisung des Stadtrats an den Gemeinderat

vom 27. August 2025

GR Nr. 2025/349

Elektrizitätswerk, Sponsoring, Beiträge 2027–2029

1. Ausgangslage

Das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) sponsert seit vielen Jahren diverse Veranstaltungen, Vereine und Organisationen aus den Bereichen Sport, Kultur und Gesellschaft.

Das Sponsoring leistet einen wichtigen Beitrag dazu, das ewz als Unternehmen wahrnehmbar und sein Angebot an Dienstleistungen und Lösungen bekannt zu machen. Dies ist insbesondere im sich stetig entwickelnden Marktumfeld des ewz bedeutend, das sich in den letzten Jahren stark gewandelt hat. Vor diesem Hintergrund hat sich auch das Sponsoring-Konzept des ewz in den letzten Jahren verändert. Die Sponsoringstrategie des ewz leitet sich aus dem Zielbild und der Unternehmensstrategie ab, aber auch aus den Mitteln, die zu diesem Zweck verfügbar sind.

Nach wie vor sollen Sponsorings in den Bereichen Sport, Kultur und Gesellschaft erfolgen, mit dem Ziel ein möglichst breites Publikum anzusprechen. Gleichzeitig soll mittels eines einheitlichen, integrierten Kommunikationsmixes vermehrt auf die ewz-Unternehmenswerte und die diesbezügliche Positionierung nach aussen fokussiert werden. Auf Basis der Positionierung des ewz sollen durch die Sponsoring-Engagements primär die Unternehmenswerte «nachhaltig» und «visionär» vermittelt werden.

Die nachfolgend unter Kapitel 5 aufgeführten Sponsorings sollen für die nächsten drei Jahre bzw. Saisons weitergeführt werden.

2. Eingesetzte Mittel

Die für die in Kapitel 5 umschriebenen Sponsorings vorgesehenen Beträge entsprechen jährlichen Höchstwerten in einer Gesamtsumme von Fr. 1 769 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für 2027–2029 bzw. für die Saisons 2027/28 bis 2029/30. Die einzelnen Beträge können sich durch Anpassungen in den Verträgen, die in der Regel jährlich mit den Sponsoringpartnerinnen und -partnern abgeschlossen werden, reduzieren.

Die Sponsoring-Ausgaben des ewz setzen sich zusammen aus den Engagements gemäss Kapitel 5 sowie kleineren Engagements, die unterhalb der Finanzkompetenz des Gemeinderats liegen. Die entsprechenden Ausgaben für die einzelnen Sponsorings werden der zuständigen städtischen Instanz zur Bewilligung beantragt und in die Budgets der jeweiligen Jahre eingestellt. Das ewz hat alle bestehenden sowie potenziellen Engagements und Sponsorings im Sinne seiner Unternehmensziele (Effektivität, Relevanz, Breitenwirksamkeit) evaluiert und deren Wirksamkeit beurteilt. Gestützt auf das Ergebnis dieser Evaluation wird das ewz in den nächsten Jahren den Einsatz seiner Mittel kontinuierlich optimieren, um die grösstmögliche Wirkung zu erzielen.



3. Sponsoring-Konzept und Auswahl der Sponsoring-Engagements

Das ewz richtet sein strategisches Sponsoring weiterhin gezielt auf wenige, sorgfältig ausgewählte Partnerschaften innerhalb des bestehenden Portfolios aus. Im Fokus stehen Engagements, die die Werte und Zielsetzungen des Unternehmens glaubwürdig stärken und nach innen wie nach aussen klar kommunizieren.

Diese Sponsoringstrategie unterstützt die Positionierung des ewz als innovatives, nachhaltiges und nahbares Unternehmen der Stadt Zürich. Die geförderten Organisationen, Vereine und Veranstaltungen sollen nicht nur zur Markenidentität des ewz passen, sondern auch dessen gesellschaftliches Engagement sichtbar machen. Wichtig ist dabei eine inhaltliche Konsistenz: Die mit dem Sponsoring vermittelten Werte müssen sowohl untereinander als auch mit den übrigen Kommunikationsmassnahmen und Botschaften des Unternehmens übereinstimmen.

Anstelle eines breit gestreuten Sponsorings verfolgt das ewz einen fokussierten Ansatz. Es arbeitet mit Partnerinnen und Partnern zusammen, die inhaltlich und thematisch zu den heutigen und zukünftigen Leistungen und Angeboten passen. Damit wird eine klare, glaubwürdige Botschaft an die Öffentlichkeit getragen, die das Unternehmensprofil stärkt und Vertrauen schafft.

Sponsoring wird so zu einem integralen Bestandteil der Unternehmens- und Marketingstrategie. Diese langfristige Wahrnehmung leistet einen entscheidenden Beitrag zur Kundenbindung und Kundenloyalität.

4. Leistung und Gegenleistung für Sponsoring und Begleitmassnahmen

Das Sponsoring-Engagement durch das ewz ist nicht nur als finanzielle Unterstützung zu verstehen, sondern als gezielte Investition in starke Partnerschaften, die aktiv zur Markenbildung und Kundenbindung beitragen.

Im Zentrum steht ein klares Gegenseitigkeitsprinzip: Während das ewz finanzielle Ressourcen sowie konzeptionellen Input zur Verfügung stellt, ermöglichen die Veranstalterinnen und Veranstalter im Gegenzug eine öffentlichkeitswirksame Plattform. Diese umfasst z. B. Veranstaltungen für Kundinnen und Kunden, Promotionsaktionen, rabattierte Eintritte, Logopräsenz oder redaktionelle Beiträge und Inserate. Dadurch entsteht ein Mehrwert, der über reine Sichtbarkeit hinausgeht – er erlaubt es ewz, seine Zielgruppen emotional und abseits klassischer Kaufentscheidungen anzusprechen.

Sponsoring dient so als Instrument zur Aktivierung: Die jeweiligen Engagements können in die integrierte Kommunikation eingebunden und durch gezielte Massnahmen flankiert werden. Das stärkt nicht nur die Wahrnehmung von ewz als sympathisches, innovatives und nachhaltiges Unternehmen, sondern zahlt langfristig auf dessen Positionierung ein.

Die Art und der Umfang der begleitenden Massnahmen hängen von der Form des Sponsorings und den Möglichkeiten der Vertragspartnerinnen und -partner ab. Typische Elemente sind dabei die Nutzung von Eventangeboten, Marketingkampagnen, Medienarbeit, Promotionen, Be-



3/7

kleidung, Werbematerialien, Visualisierungen zu Energieeffizienz oder auch interaktive Ausstellungen. Von den vorgesehenen Mitteln soll daher ein Teilbetrag für Begleitmassnahmen eingesetzt werden. Die Höhe des Teilbetrags ist davon abhängig, auf welche Weise bei den verschiedenen Sponsoring-Projekten die beste Wirkung für das ewz und die Sponsoringpartnerinnen sowie -partner erzielt werden kann.

5. Engagements im Detail

5.1 Bereich Sport

ZSC Lions, Saisons 2027/28, 2028/29, 2029/30

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 725 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Saisons 2027/28 bis 2029/30 vorgesehen.

Der Gesamtbetrag wird gegenüber den mit GR Nr. 2022/485 (Sponsoringbeitrag für 2024–2026) bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr 740 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) um Fr. 15 000.– pro Jahr reduziert. Im Rahmen einer Überprüfung der Leistungen und der Ausgestaltung des Sponsorings soll der bisher bewilligte Betrag angepasst werden. Die Live-Kommunikation im Stadion läuft neu digital ab, weshalb die kommunikativen Leistungen budgetär optimiert werden konnten.

Die ZSC Lions werden seit vielen Jahren durch ewz gesponsert. Diese Partnerschaft soll für weitere drei Saisons fortgeführt werden. Im Zentrum des Sponsorings sollen Veranstaltungen und Zusatzleistungen für potenzielle und bestehende Kundinnen und Kunden stehen.

Bei den ZSC Lions handelt es sich um einen in der Stadt Zürich stark verankerten Traditions-Club. Eishockey ist, wie die Zuschauerzahlen belegen, in der Stadt und Region Zürich eine populäre Mannschaftssportart auf nationalem Niveau mit grosser Breitenwirkung. Das NLA-Team der ZSC Lions durfte in den Jahren 2024 und 2025 den Schweizermeistertitel nach Zürich holen. Weiterhin sind auch die Nachwuchs- und Frauenmannschaften sehr erfolgreich. Das ewz (Geschäftsbereich Energielösungen) ist im Rahmen eines Energie-Contractings zuständig für die umweltschonende Energieversorgung der ZSC Eishockey- und Sport-Arena. Mit diesem Sponsoring kann ewz eine grosse Anzahl Menschen über die angestammten Versorgungsgebiete hinaus erreichen und seinen Bekanntheitsgrad regional und national erhöhen. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Tickets. Die Partnerschaft zwischen dem ewz und den ZSC Lions soll deshalb um weitere drei Saisons verlängert werden. Auch die ZSC Lions sind an einer Erneuerung des Engagements für die kommenden Saisons sehr interessiert. Im Sponsoringvertrag mit ewz wird vereinbart, dass die ZSC Lions während der Dauer des Sponsorings ihre Heimspiele in der Swiss Life Arena austragen.

Zürcher Silvesterlauf, 2027–2029

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 135 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2027–2029 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2022/485 für das Sponsoring von 2024–2026 bereits bewilligt worden ist. Die Höhe des Sponsoringsbetrags und der Begleitmassnahmen werden von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Starttickets.



Jeweils im Dezember findet in der Zürcher Innenstadt der lokal verankerte und traditionelle Silvesterlauf statt. Rund 24 000 Personen laufen in verschiedenen Gruppen (Familien, Jugendliche, Schülerinnen und Schüler, Mädchen, Knaben, Schulklassen, Volkslauf) oder einzeln über verschiedene Distanzen durch die weihnachtlich beleuchtete Innenstadt. Der Zürcher Silvesterlauf hat einen überregionalen und breiten Wirkungsgrad.

5.2 Bereich Gesellschaft

Zoo Zürich, 2027–2029

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 609 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2027–2029 vorgesehen. Der Gesamtbetrag wird gegenüber den mit GR Nr. 2022/485 für 2024–2026 Sponsoringbeitrag bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr 624 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) um Fr. 15 000.– pro Jahr reduziert. Im Rahmen einer Überprüfung der Leistungen und der Ausgestaltung des Sponsorings soll der bisher bewilligte Betrag angepasst werden. Der Leistungskatalog wurde um ein Ausstellungsexponat sowie gewisse kommunikative Leistungen reduziert, was die Anpassung verursacht. Der Fokus dieses Sponsorings liegt auf dem Unternehmenswert «nachhaltig», wofür der Zoo Zürich für das ewz diverse Möglichkeiten und eine glaubwürdige Plattform bietet. Die Höhe des Sponsoringbetrags und der Begleitmassnahmen wird gemäss den Zielen des ewz verhandelt und je nach Vertragslaufzeit angepasst.

Der Zoo Zürich ist lokal verankert und zählt mit über einer Million Besucherinnen und Besuchern pro Jahr zu den Publikumsmagneten der Schweiz. Das Sponsoring des Zoo Zürichs bietet dem ewz die Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien im Zusammenhang mit der direkt davon betroffenen Tier- und Pflanzenwelt zu erläutern. Diese Thematik lässt sich gut mit Natur- und Artenschutz kombinieren und kann gerade in einem Zoo generationenübergreifend einer breiten Bevölkerungsschicht anschaulich nähergebracht werden. Die Besucherinnen und Besucher sollen damit für die Nutzung und Förderung von erneuerbaren Energien sowie insbesondere auch für die rationelle Energieverwendung sensibilisiert werden. Es sind auch Führungen und individuelle Veranstaltungen ausserhalb der Öffnungszeiten möglich. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Eintrittskarten. An zwei ewz-Ausstellungsstandorten im Zoo wird bereits seit dem Jahr 2011 die ökologische Energieproduktion durch Wasser und Sonne erklärt. Das ewz ist überzeugt davon, dass das Sponsoring des Zoos Zürich eine sinnvolle Partnerschaft darstellt, wodurch die Themen Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien allen Bevölkerungsschichten vermittelt werden können.

Zürcher Limmatschwimmen, 2027–2029

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 162 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2027–2029 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2022/485 für das Sponsoring für die Jahre 2024–2026 bewilligt worden ist.

Das Zürcher Limmatschwimmen findet jeweils im August statt und ist ein Anlass für die breite Bevölkerung, der sich grösster Beliebtheit erfreut. Die begehrten 4500 Tickets sind mittlerweile innerhalb weniger Minuten ausverkauft. Gestartet wird in der Frauenbadi. Im Flussbad Oberer Letten, direkt vor dem ewz-Kraftwerk Letten, befindet sich nach rund 2 km das Ziel.



5/7

Die Veranstaltung bietet seit Jahren eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich als sympathisches, engagiertes und in der Stadt Zürich verwurzeltes Unternehmen zu präsentieren.

Das ewz ist beim Zürcher Limmatschwimmen jeweils sehr präsent und als Sponsoringpartner durch Moderation, Infrastruktur, Give aways oder die beliebten Schwimmtiere allseits wahrnehmbar. Kunden und Kundinnen profitieren von einem limitierten Exklusiv-Vorverkauf.

5.3 Bereich Kultur

Zauberwald Lenzerheide, 2027–2029

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 138 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) für die Jahre 2027–2029 vorgesehen. Der Gesamtbetrag wird gegenüber den mit GR Nr. 2022/485 (Sponsoringbeitrag für 2024–2026) bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr. 108 000.– (einschliesslich Mehrwertsteuer) um Fr. 30 000.– pro Jahr erhöht. Dies um bei der stetig an Beliebtheit gewinnenden Plattform auch künftig den Status als alleiniger Presenting Partner und die damit verbundene Visibilität im Versorgungsgebiet Graubünden sicherstellen zu können. Die Höhe des Sponsoringbetrags und der Begleitmassnahmen wird von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt.

In der Vorweihnachtszeit findet auf dem Waldgebiet der Gemeinde Lenzerheide der Zauberwald statt. Die Veranstaltung ist überregional bekannt für eindrucksvolle Lichtinstallationen und zieht auch Zürcher Publikum an. Zudem wird den Besucherinnen und Besuchern ein abwechslungsreiches Konzertprogramm mit Schweizer Künstlerinnen und Künstlern geboten. Im Herzen des Zauberwalds findet ein Weihnachtsmarkt mit einem Angebot an kulinarischen Köstlichkeiten statt. ewz kann die Plattform zum Markenaufbau, Kundenloyalisierung bzw. für Kundenanlässe in der Region Graubünden nutzen. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Tickets.

6. Vereinbarung mit Sponsoringpartnerinnen und -partnern und Finanzkompetenzen

Grundsätzlich strebt das ewz bei seinen Sponsoringpartnerschaften langfristige Engagements an. Dadurch entsteht ein Wiederholungseffekt, der den Grad der Wahrnehmung bei den Zielgruppen erhöht. Bewusst schliesst das ewz mit den Partnerinnen und Partnern jedoch klar terminierte, meistens auf ein Jahr, eine Saison oder auf eine Veranstaltung beschränkte Verträge ab. Dadurch kann die Partnerschaft nach jeder Vertragsperiode neu beurteilt und je nach erzielten Resultaten auch neu verhandelt werden. Gleichzeitig werden, wo sinnvoll, auch neue Engagements evaluiert und getestet.

Gemäss langjähriger, städtischer Praxis handelt es sich bei diesen Verpflichtungen um jährliche Verpflichtungen, die für eine Versuchsphase von drei Jahren, in besonders begründeten Fällen von fünf Jahren, als Einmalausgabe durch das zuständige Organ behandelt werden (vgl. Saile/Burgherr/Loretan, Verfassungs- und Organisationsrecht der Stadt Zürich, Rz 732). Danach wird die Partnerschaft in der kreditrechtlichen Beurteilung zu einem jährlich wiederkehrenden Anlass mit entsprechend veränderten Finanzkompetenzen.



6/7

Das ewz wird mit jedem Veranstalter unter Budgetvorbehalt einen Vertrag über ein, maximal zwei Jahre oder eine einzelne Periode (Veranstaltung oder Saison) abschliessen.

Mit der Bewilligung der befristeten Beiträge an Dritte geht keine Verpflichtung des ewz einher, die Sponsoringpartnerschaften gemäss Kapitel 5 einzugehen, weiterzuführen oder die Beiträge in der besagten Höhe an die Sponsoringpartner auszuzahlen. Es besteht somit seitens der Sponsoringpartner gegenüber dem ewz kein Rechtsanspruch auf das Sponsoring.

Im Rahmen der verschiedenen Sponsorings von 2027 bis und mit 2029 fallen zudem Eigenleistungen durch Mitarbeitende des ewz von insgesamt rund Fr. 200 000.– pro Jahr für die Begleitung der Sponsoringaktivitäten an, die keinen Ausgabencharakter haben und damit nicht wesentlich i. S. v. § 15 Abs. 1 lit. e Gemeindeverordnung (VGG, LS 131.11) i. V. m. Art. 13 Abs. 1 lit. b Finanzhaushaltverordnung (FHVO, AS 611.101) sowie Art. 38 Abs. 1 Finanzhaushaltreglement (FHR, AS 611.111) sind und folglich nicht in die zu bewilligenden Beiträge einzurechnen sind.

7. Kostenaufstellung Sponsoringbeiträge

	Fr.
ZSC Lions	725 000
Zürcher Silvesterlauf	135 000
Zoo Zürich	609 000
Zürcher Limmatschwimmen	162 000
Zauberwald Lenzerheide	138 000
Gesamtkredit (jährlich)	1 769 000

8. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Gemäss Art. 59 lit. c Gemeindeordnung der Stadt Zürich (GO, AS 101.100) ist der Gemeinderat zuständig für neue wiederkehrende Ausgaben von jährlich mehr als Fr. 100 000.– bis Fr. 2 000 000.–.

Die Ausgaben für die Sponsoring-Beiträge werden in der Budgetvorlage an den Gemeinderat für das Jahr 2027 eingestellt und im Finanz- und Aufgabenplan 2025–2028 vorgemerkt.

Für den Abschluss der Sponsoringverträge sind gestützt auf Art. 45 Abs. 3 Reglement über Organisation, Aufgaben und Befugnisse der Stadtverwaltung (ROAB, AS 172.101) i. V. m. Organisationsreglement des Departements der Industriellen Betriebe (OrgR DIB, AS 172.360) Mitarbeitende des ewz zuständig.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

1. Für das Sponsoring der ZSC Lions wird für die Saisons 2027/28 bis 2029/30 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 725 000.– bewilligt.
2. Für das Sponsoring des Zürcher Silvesterlaufs wird für die Jahre 2027–2029 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 135 000.– bewilligt.
3. Für das Sponsoring des Zoos Zürich wird für die Jahre 2027–2029 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 609 000.– bewilligt.



7/7

4. Für das Sponsoring des Zürcher Limmatschwimmens wird für die Jahre 2027–2029 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 162 000.– bewilligt.
5. Für das Sponsoring des Zauberwalds Lenzerheide wird für die Jahre 2027–2029 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 138 000.– bewilligt.
6. Es besteht gegenüber dem Elektrizitätswerk kein Rechtsanspruch auf Auszahlung der Sponsoringbeiträge.

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

Im Namen des Stadtrats

Die Stadtpräsidentin
Corine Mauch

Der Stadtschreiber
Thomas Bolleter