

**Auszug
aus dem Protokoll des Stadtrats von Zürich**

vom 3. Oktober 2012

1274. Schriftliche Anfrage von Urs Egger betreffend Neuauflage des Polizeimusikfestivals Tattoo im Jahr 2013, Organisation und finanzielle Rahmenbedingungen. Am 27. Juni 2012 reichte Gemeinderat Urs Egger (FDP) folgende Schriftliche Anfrage, GR Nr. 2012/275, ein:

Wie zu vernehmen ist, laufen die Vorbereitungen für eine Neuauflage des Polizeimusikfestivals Tattoo im Jahre 2013. Die letzte Durchführung 2010 hatte ein grosses Defizit zur Folge. Dies führte nur dank eines Darlehens der Stadt Zürich von Fr. 500 000 an den Verein policemusicfestival nicht zu dessen Konkurs. Für eine allfällige Durchführung der Veranstaltung 2013 muss sichergestellt werden, dass ein Gewinn erarbeitet wird, so dass das Darlehen zurückbezahlt werden kann.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Stadtrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Wie sieht die aktuelle Organisation für die Durchführung des Anlasses 2013 aus?
2. Ist die personelle Zusammensetzung des durchführenden OKs gegenüber 2010 wesentlich verändert worden? Wie ist sichergestellt, dass die damals gemachten Fehler, die zum Verlust führten, nicht wiederholt werden?
3. Wie viele Stunden können die im Verein policemusicfestival beteiligten Mitarbeitenden der Stadt Zürich sich an Arbeitszeit anrechnen lassen? Für welche Arbeiten wird diese Anrechnung gewährt?
4. Wie passt diese Anrechnung von Arbeitszeit für einen Unterhaltungsanlass mit der Überlastung der Korpsmitglieder und den grossen Überstundensaldi zusammen?
5. Wird mit einer externen professionellen Event Agentur zusammengearbeitet? Wenn ja, mit welcher? Gibt es eine Risikobeteiligung dieser Agentur? Wenn ja, mit welchem Anteil?
6. Wie wird sichergestellt, dass das Festival 2013 einen Gewinn erzielen wird?
7. Wie sieht das Budget der Veranstaltung 2013 aus?
8. Welche Sponsoren haben welche Beiträge bereits zugesagt?
9. Was geschieht mit dem Darlehen der Stadt Zürich, falls 2013 erneut ein grosser Verlust entstehen sollte?
10. Wie weit haften die Vorstandsmitglieder des Vereins policefestival gegenüber der Stadt Zürich für einen allfälligen weiteren Verlust?
11. Besteht eine Begleitung des Vereins durch Finanzfachleute der Stadt Zürich?

Der Stadtrat beantwortet die Anfrage wie folgt:

Zu den Fragen 1 und 5: Als Veranstalter für das Zurich Tattoo 2013 (ehemals Zurich Police Music Festival) fungiert der 2007 gegründete Verein «Zurich Tattoo Productions». Der Verein verfügt zurzeit über neun Aktivmitglieder, welche beruflich innerhalb der Stadtpolizei tätig sind und teilweise bereits vor der Vereinsgründung als Mitglieder des Organisationskomitees an der Planung und Durchführung von mehreren Festivals beteiligt waren. Es wurde zudem die Eventagentur Act Entertainment mit Sitz in Basel und Zweigniederlassung in Zürich mit langjähriger Erfahrung auf dem Schweizer Eventmarkt als Partnerin verpflichtet. Das Zurich Tattoo 2013 wird demnach vom Verein «Zurich Tattoo Productions» in Kooperation mit Act Entertainment produziert.

Die Aufgabenteilung sieht vor, dass sich der Verein im Wesentlichen auf die Programmgestaltung beschränkt. Zudem fungiert er aufgrund seiner Vernetzung und Erfahrung als Bewilligungsgesuchstellerin und als Schnittstelle zu den Behörden. Demgegenüber konzentriert sich Act Entertainment auf die Vermarktung des Tattoos, einschliesslich Sponsoring, Hospitality, Werbung, Kommunikation und Ticketing. Darüber hinaus obliegen ihrem Auf-

gabenbereich die gesamte Logistik (Transport, Unterkunft, Verpflegung, Technik, Stadion usw.), das Budget, die Finanzkontrolle, das Projektmanagement und das Tattoo Office während der Veranstaltung.

Der Verein und Act Entertainment haben vereinbart, das Risiko wie folgt aufzuteilen: ein Drittel Act Entertainment, zwei Drittel Verein.

Zu Frage 2: Die personelle Zusammensetzung des Vereins hat sich insoweit verändert, als im Nachgang zum letzten Festival einige Mitglieder aus dem Verein ausgetreten und neue Mitglieder hinzugestossen sind. Die Vereinsleitung selbst hat keine Änderungen erfahren. Das Defizit wurde insbesondere durch den unter den Erwartungen liegende Ticketverkauf verursacht. Es ist jedoch nicht zu verneinen, dass in der Planungsarbeit seitens der Veranstalterin gewisse Fehler begangen wurden, weshalb unmittelbar nach dem letzten Festival eine Nachbereitung durchgeführt wurde. Diese hat ergeben, dass folgende Faktoren für den finanziellen Fehlbetrag mitverantwortlich waren:

- Das Fehlen eines professionellen Marketingpartners.
- Wegen dem bis anhin unregelmässigen Veranstaltungsrhythmus mit mehrjährigen Unterbrüchen vermochte sich der Brand «Zurich Police Music Festival» weder in der breiten Öffentlichkeit noch auf dem Sponsorenmarkt genug zu etablieren.
- Der bisherige Veranstaltungsname «Zurich Police Music Festival» erwies sich als zu allgemein formuliert und wurde von den Zielgruppen nicht als qualitativ hochstehendes Tattoo erkannt.

Der Stadtrat ist der Ansicht, dass die Lehren aus der Veranstaltung 2010 gezogen wurden und durch die Kooperation mit Act Entertainment das Risiko minimiert und das Zurich Tattoo erfolgreich auf dem Schweizer Eventmarkt positioniert werden kann.

Zu den Fragen 3 und 4: Die neun aktiven Vereinsmitglieder, welche beruflich innerhalb der Stadtpolizei tätig sind, sind nicht alle in demselben Umfang in die Planungsarbeiten involviert, weshalb der zeitliche Aufwand je nach Vereinsmitglied unterschiedlich hoch ist. Bei lediglich drei Vereinsmitgliedern handelt es sich um schichtdienstleistende Frontangehörige der Uniformpolizei. Die übrigen sechs Polizeiangehörigen sind vornehmlich im Bürodienst mit gleitender Arbeitszeit tätig. Der im Rahmen der Arbeitszeit mögliche Aufwand von 1070 Stunden wird in einem separaten Stadtratsbeschluss geregelt. Einen Grossteil der Arbeiten leisten die Vereinsmitglieder jedoch ehrenamtlich ausserhalb der Arbeitszeit.

Zu Frage 6: Der Verein ist überzeugt, dass mit dem neuen Namen «Zurich Tattoo», dessen Rückführung von der Hallenveranstaltung zum Open-Air-Spektakel, einem Zweijahresrhythmus mit einem qualitativ hochstehenden und ein breites Publikum ansprechenden Programm, der Partnerschaft mit einer professionellen Event- und Marketingagentur mit Risikobeteiligung und einem realistischen und streng kontrollierten Veranstaltungsbudget eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, das Zurich Tattoo 2013 mit einem Gewinn abzuschliessen. Das verbleibende finanzielle Restrisiko einer derartigen Veranstaltung ist somit kalkulierbar und weitestgehend minimiert. Sämtliche finanziellen Aufwendungen der Agentur werden vorgeleistet und erst nach Abschluss der Veranstaltung verrechnet.

Ohne eine finanzielle und personelle Unterstützung der Stadt Zürich einerseits und realistische Rahmenbedingungen (beispielsweise Verzicht auf den von der Verwaltung erbrachten Leistungen, Bewilligung von Arbeitszeit für die Verrichtung von Planungsarbeiten) andererseits, wird die Fortführung dieses traditionsreichen und für Zürich wichtigen Kulturanspruches nicht möglich sein.

Zu Frage 7: Das Budget für das Zurich Tattoo 2013 basiert auf den Erkenntnissen des letzten Festivals und den ausgewiesenen Erfahrungswerten von Act Entertainment. Das Budget geht bei einem Gesamtaufwand von etwa 1,6 Millionen Franken und einem Ertrag von rund

1,9 Millionen Franken (darin enthalten ist ein Beitrag der Stadt Zürich von Fr. 200 000.–, der beim Stadtrat zusätzlich zum Überbrückungskredit von Fr. 500 000.– beantragt wird) von einem positiven Ergebnis im Umfang von 0,3 Millionen Franken aus. Der Verein rechnet somit, bereits beim Zurich Tattoo 2013 eine erste Rate des städtischen Darlehens zurückerstaten zu können.

Zu Frage 8: Der Sponsoring-Auftrag wurde von Act Entertainment an die auf dem Schweizer Sponsoring-Markt federführende Agentur TIT-PIT GmbH vergeben. Die Suche nach Sponsoren und einem grossen Medienpartner ist zum Zeitpunkt der vorliegenden Antwort gerade angelaufen. Erste Zusagen und Interessensbekundungen sind bereits eingegangen. Detailliertere Angaben liegen zurzeit noch nicht vor.

Zu den Fragen 9 und 10: Der Überbrückungskredit von Fr. 500 000.– mit einem Zins von 2 Prozent hat eine Laufzeit vom 1. Dezember 2010 bis 31. Dezember 2018. Was mit dem Darlehen bei einem erneuten Verlust 2013 geschieht, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sagen. Nach der Austragung 2013 ist eine Analyse durchzuführen, welche Auskunft geben soll über die Gründe für einen allfälligen Verlust/Gewinn. Mit dieser Analyse als Basis soll entschieden werden, ob es sinnvoll ist, mit dem Zurich Tattoo weiterzumachen, und ob mit weiteren Ausgaben des Festivals die Chance besteht, den Überbrückungskredit der Stadt ganz oder teilweise zurückzuzahlen.

Sollte entgegen allen Prognosen ein grosses Negativergebnis resultieren, so ist davon auszugehen, dass das Zurich Tattoo durch den Veranstalter und die Agentur nicht mehr fortgeführt werden wird. In letzter Konsequenz hätte dieses Szenario den Konkurs des Vereins zur Folge. Das Darlehen müsste in diesem Fall von der Stadt Zürich abgeschrieben werden, zumal der Verein über kein nennenswertes Vermögen verfügt und die persönliche Haftung der Vereinsmitglieder statutarisch ausgeschlossen ist.

Zu Frage 11: Eine Begleitung durch Finanzfachleute des Finanzdepartements hat nicht stattgefunden. Der Verein arbeitet nun mit einer professionellen Konzert- und Event-Agentur zusammen, welche für das gesamte Rechnungswesen zuständig ist.

Vor dem Stadtrat
die Stadtschreiberin
Dr. Claudia Cuche-Curti