



## **Weisung des Stadtrats an den Gemeinderat**

vom 5. Oktober 2022

GR Nr. 2022/485

### **Elektrizitätswerk, Sponsoring, Beiträge 2024–2026**

#### **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 Sponsoring-Strategie 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 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.– für 2024–2026 bzw. für die Saisons 2024/2025 bis 2026/2027. Die einzelnen Beträge können sich durch Anpassungen in den Verträgen, die in der Regel jährlich mit den Sponsoringpartnerinnen und -partnern abgeschlossen werden, reduzieren.

Im Rahmen der verschiedenen Sponsorings von 2024 bis und mit 2026 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.

Die Sponsoring-Ausgaben des ewz setzen sich zusammen aus den vorstehenden Engagements (vgl. Kapitel 5) sowie kleineren Engagements, die unterhalb der Finanzkompetenzen 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 potentiellen 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**

Vor allem bei strategischen Sponsorings will sich das ewz auf einige wenige ausgewählte Partnerschaften aus dem bestehenden Sponsoring-Portfolio konzentrieren, mit denen die Werte und Ziele des ewz optimal unterstützt werden können. Mit dem Sponsoring dieser Veranstaltungen, Vereine und Organisationen will das ewz seine Positionierung bei den Zielgruppen stärken. Durch die Art der Sponsoring-Engagements wird angestrebt, das Image des ewz als innovatives, sympathisches und nachhaltiges Unternehmen aufzubauen und zu festigen. Dabei ist es für das ewz wichtig, dass die Werte, die mit den einzelnen Sponsorings vermittelt werden, untereinander und inhaltlich konsistent sind und im Sinne der integrierten Kommunikation zu den restlichen Kommunikationsinstrumenten sowie -botschaften des ewz passen. Es soll somit nicht «in alle Richtungen» gesponsert werden, sondern zusammen mit ausgewählten Sponsoringpartnerinnen und -partnern gegenüber den (potentiellen) Kundinnen und Kunden eine einheitliche und glaubwürdige Botschaft zur Positionierung des Unternehmens ewz nach aussen getragen werden. Die Sponsoringpartnerinnen und -partner sowie deren Veranstaltungen sollen zu ewz und seinen heutigen wie künftigen Angeboten und Dienstleistungen passen. Die Sponsorings sollen verdeutlichen, wofür das ewz als Unternehmen steht und wofür es sich entsprechend engagiert. Mit der Art seiner Sponsorings soll das ewz entsprechend als engagiertes und nachhaltiges Unternehmen wahrgenommen werden, das Werte vertritt, die (potentielle) Kundinnen und Kunden ansprechen und mit denen sie sich identifizieren können und wollen. Dies ist langfristig für die Kundenbindung und -loyalisierung von hoher Bedeutung.

### **4. Leistung und Gegenleistung für Sponsoring und Begleitmassnahmen**

Das ewz bringt in erster Linie finanzielle Leistungen und Ideen in eine Partnerschaft ein. Die Veranstalterinnen und Veranstalter geben als Gegenleistung Raum für eine breitenwirksame Kommunikation und/oder Zusatzleistungen für bestehende oder potentielle Zielgruppen des ewz. Dies kann u. a. in Form von Events für Kundinnen und Kunden, Promotionen, Rabattaktionen auf Eintritte, Logopräsenz oder Inseraten geschehen. Das ewz kann die Veranstaltung oder das Engagement in seine Kommunikationsmassnahmen einbauen und damit die Zielgruppen glaubwürdig ausserhalb von Kaufentscheidungen ansprechen, um das positive Image und seine Positionierung zu festigen.

Die Begleitmassnahmen sind abhängig von der Sponsoring-Art und den Möglichkeiten der Vertragspartnerinnen und -partner. Sie umfassen im Wesentlichen Produktionskosten für das Management von Veranstaltungen, Marketing- und Kommunikationskampagnen, Inserate, Medienmitteilungen, Promotionen, Bekleidung, Banden, Werbeartikel, Visualisierung der Energieeffizienz und Ausstellungen. Von den vorgesehenen Mitteln sollen daher mindestens 50 Prozent für Begleitmassnahmen eingesetzt werden. Das Verhältnis zwischen den Beträgen für das Sponsoring an sich, für Begleitmassnahmen und für Unvorhergese-



3/6

henes, wird mit den Sponsoringpartnerinnen sowie -partnern jeweils verhandelt. Es 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 2024/25, 2025/26, 2026/27**

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 740 000.– für die Saisons 2024/25 bis 2026/27 vorgesehen.

Der Gesamtbetrag wird gegenüber den mit GR Nr. 2020/27 (Sponsoringbeitrag für 2021 bis 2023) bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr 761 400.– um Fr. 21 400.– pro Jahr reduziert. Im Rahmen einer Überprüfung der Leistungen und der Ausgestaltung des Sponsorings soll der bisher bewilligte Betrag angepasst werden.

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

Bei den ZSC Lions handelt es sich um einen in der Stadt Zürich stark verankerten Club. Eishockey ist, wie die Zuschauerzahlen belegen, in der Stadt und Region Zürich eine populäre Mannschaftssportart auf nationalem Niveau mit grosser Breitenwirkung. Bis Ende Saison 2021/2022 spielen die ZSC Lions im Hallenstadion und damit in unmittelbarer Nachbarschaft des ewz-Hauptsitzes in Zürich-Oerlikon. Im Herbst 2022 wird das neue ZSC Stadion (Swiss Life Arena) in Altstetten eröffnet. 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 das ewz eine grosse Anzahl Menschen über seine 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.

#### **Zürcher Silvesterlauf, 2024–2026**

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 135 000.– für die Jahre 2024–2026 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2020/27 für das Sponsoring von 2021 bis 2023 bereits bewilligt worden ist. Die Höhe des Sponsorings-Betrags 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, MuKi/VaKi, Schülerinnen und Schüler, Mädchen, Knaben, Schulklassen, Paare) 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, 2024–2026**

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 624 000.– für die Jahre 2024–2026 vorgesehen. Der Gesamtbetrag wird gegenüber den mit GR Nr. 2020/27 für 2021–2023 Sponsoringbeitrag bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr 646 000.– um Fr. 22 000.– pro Jahr reduziert. Im Rahmen einer Überprüfung der Leistungen und der Ausgestaltung des Sponsorings soll der bisher bewilligte Betrag angepasst werden. 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 von Jahr zu Jahr und gemäss den Zielen des ewz verhandelt.

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 vier ewz-Ausstellungsstandorten im Zoo wird bereits seit dem Jahr 2011 die ökologische Energieproduktion durch Wasser, Sonne, Wind und Biomasse erklärt. Die Exponate zu Wind und Biomasse sollen langfristig saniert und künftig stärker an den Unternehmenswerten des ewz ausgerichtet werden. Hierfür fallen seitens ewz über den vorgesehenen Sponsoringbeitrag hinaus keine weiteren Ausgaben an. 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, 2024–2026**

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 162 000.– für die Jahre 2024–2026 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist der gleiche, der mit GR Nr. 2020/27 für das Sponsoring für die Jahre 2021–2023 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.

Die Veranstaltung bietet seit Jahren eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich als sympathisches, engagiertes und in der Stadt Zürich verwurzelt Unternehmen zu präsentieren. Das ewz ist beim Zürcher Limmatschwimmen jeweils sehr präsent und als Sponsoring-Partner durch Moderation, Infrastruktur, Give aways oder die beliebten Schwimmtiere allseits wahrnehmbar. Kundinnen und Kunden profitieren von einem Pre-Vorverkauf.



### **5.3 Bereich Kultur**

#### **Zauberwald Lenzerheide, 2024–2026**

Es sind jährliche Beiträge von höchstens Fr. 108 000.– für die Jahre 2024–2026 vorgesehen. Der Gesamtbetrag ist gegenüber den mit GR Nr. 2020/27 für das Sponsoring für die Jahre 2021–2023 bewilligten jährlichen Beiträgen von Fr. 65 000.– um Fr. 43 000.– pro Jahr höher um künftig den Status als Presenting Partner und somit die Visibilität im Versorgungsgebiet Graubünden sicher stellen 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 bekannt für eindrucksvolle Lichtinstallationen. 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. Das ewz kann die Plattform zur Kundenloyalisierung bzw. für Kundenanlässe in der Region Graubünden nutzen. ewz-Kundinnen und -Kunden profitieren von vergünstigten Tickets.

### **6. Vereinbarung mit Sponsoringpartnerinnen und -partnern**

Grundsätzlich strebt das ewz bei seinen Sponsoring-Partnerschaften 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.

Gemäss langjähriger, städtischer Praxis handelt es sich dabei 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. Danach wird die Partnerschaft in der kreditrechtlichen Beurteilung zu einem jährlich wiederkehrenden Anlass.

Das ewz wird mit jedem Veranstalter einen Vertrag über ein Jahr 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.

### **7. Zuständigkeit und Budgetnachweis**

Gemäss Art. 59 lit. c Gemeindeordnung (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 im Budget für das Jahr 2024 beantragt und sind im Finanz- und Aufgabenplan 2023–2026 vorgemerkt.



6/6

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 2024/25 bis 2026/27 ein wiederkehrender Beitrag von Fr. 740 000.– pro Saison bewilligt.**
- 2. Für das Sponsoring des Zürcher Silvesterlaufs wird für die Jahre 2024–2026 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 135 000.– bewilligt.**
- 3. Für das Sponsoring des Zoos Zürich wird für die Jahre 2024–2026 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 624 000.– bewilligt.**
- 4. Für das Sponsoring des Zürcher Limmatschwimmens wird für die Jahre 2024–2026 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 162 000.– bewilligt.**
- 5. Für das Sponsoring des Zauberswalds Lenzerheide wird für die Jahre 2024–2026 ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 108 000.– 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

Die Stadtschreiberin  
Dr. Claudia Cucho-Curti