

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 27. Februar 2013

Elektrizitätswerk, Sponsoring und Zusammenarbeit mit 14 Veranstaltenden, Beiträge 2014 bis 2016

1. Ausgangslage

Das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) sponsert seit mehr als zehn Jahren verschiedene Veranstaltungen im Sport- und Kulturbereich. Das Sponsoring ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation, die sich aus dem Unternehmensleitbild und der Unternehmensstrategie des ewz ableitet. Es trägt zur Bekanntmachung und Vermarktung der ewz-Ökostromprodukte, der Energie- und Netzdienstleistungen, der Telecom-Services sowie zur Förderung der Energieeffizienz und des sinnvollen und nachhaltigen Umgangs mit der Energie bei. Das Sponsoring dient auch der Imagepflege und der Positionierung des ewz als ökologisch orientiertes Unternehmen. Das ewz wird auch in Zukunft eine Vorreiterrolle bei den erneuerbaren Energien einnehmen und hat sich zum Ziel gesetzt, «der führende Energiedienstleister für ausgewählte Kundinnen und Kunden in der Schweiz» mit Themenführerschaft in Ökologie und Energieeffizienz zu sein. Wie wichtig das Image des ewz in seinem breiten Tätigkeitsfeld ist, soll nachfolgend aufgezeigt werden.

Das ewz im offenen Wettbewerb

Das ewz ist nicht nur im Strombereich zunehmend Marktkräften ausgesetzt. Seit Anfang des Jahres 2009 können grosse Stromkundinnen und Stromkunden mit einem Energieverbrauch von mehr als 100 000 kWh pro Jahr ihre Energielieferanten frei wählen. Im vergangenen Jahr haben die Offertanfragen von Grosskundinnen und Grosskunden zugenommen, die für die physische Stromlieferung und/oder den Mehrwert das ewz angefragt haben. Dank den günstigen Tarifen in der Stadt Zürich haben aber erst wenige Kunden den Netzzugang beantragt, um ab 1. Januar 2013 den physischen Strom von einem anderen Anbieter zu beziehen. Im umgekehrten Fall ist es dem ewz gelungen, ausserhalb seines angestammten Versorgungsgebiets erste Grosskunden zu gewinnen, die den Strom beim ewz beziehen. Damit können wertvolle Erfahrungen gesammelt und Wissen angeeignet werden, um sich auf die kommenden Herausforderungen vorzubereiten. Wegen der Liberalisierung des Strommarktes ist mit verstärktem Wettbewerb zu rechnen, und es ist davon auszugehen, dass weitere Kundinnen und Kunden des ewz die Möglichkeiten des Markts nutzen und zu einem anderen Anbieter wechseln werden. Mit Energie- und Netzdienstleistungen ist das ewz auch ausserhalb seines Stromversorgungsgebiets bereits seit Jahren tätig und dem freien Markt ausgesetzt. Daher nehmen die Imagepflege und Imageförderung einen immer wichtigeren Stellenwert ein und tragen dazu bei, die anspruchsvollen Leistungsaufträge zu erhalten und zu erfüllen.

Imagepflege im Kanton Graubünden

Das ewz produziert im Kanton Graubünden in eigenen Wasserkraftwerken Strom. Die damit verbundenen Tätigkeiten sind vielseitig: das ewz betreibt und unterhält in Graubünden zwei Verteilnetze (Mittelbünden und Bergell), dies zum Teil auch im Auftrag von Bündner Gemeinden; es gilt die Stromprodukte sowie die energienahen Dienstleistungen des ewz zu vermarkten und nicht zuletzt Energie an die Gemeinden zu liefern. Da die Gemeinden ihren Stromlieferanten jährlich frei wählen können, ist ein gutes Image schon heute sehr wichtig. Hinzu kommt, dass die Wasserrechtskonzessionen, die das ewz derzeit in Graubünden hält, ab dem Jahr 2035 neu vergeben werden. Insbesondere aus diesem Grund ist es für das ewz entscheidend, die Vertrauensbasis und das gute Verhältnis zu den Bündner Gemeinden aufrechtzuerhalten und das ewz als attraktiven Konzessionsnehmer zu positionieren.

Engagement im Bereich Erneuerbare Energien

Die Stadt Zürich sowie Teile Graubündens sollen zuverlässig, umweltgerecht und wirtschaftlich mit Strom aus erneuerbarer Energie versorgt werden. Dies setzt voraus, dass sich das ewz nicht nur im Inland bei Projekten im Zusammenhang mit erneuerbaren Energien engagiert, sondern sich auch im Ausland namentlich an Windenergie- und Solarthermieprojekten beteiligt. Auch hier ist wiederum von Bedeutung, dass das ewz sich als ökologisches, innovatives und zuverlässiges Unternehmen auszeichnen kann. Dies ist insbesondere hilfreich bei der Akquisition von geeigneten Projekten und Projektpartnern.

Rekrutierung von Personal

Die Konkurrenz im Energie- und Telekommunikations-Markt ist stark und präsent, was sich auch bei der Personalrekrutierung zeigt. Um die ambitionierten Leistungsaufträge des ewz zu erfüllen, sollen auch die Stellen mit geeigneten und gut ausgebildeten Mitarbeitenden besetzt werden. Aus diesem Grund muss das ewz als attraktiver und innovativer Arbeitgeber in Erscheinung treten und potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten mittels ansprechender Aktionen auf sich aufmerksam machen.

2. Das ewz-Sponsoring-Konzept

Eingesetzte Mittel

Das Sponsoring beansprucht einen wesentlichen Anteil des Kommunikationsbudgets. Dies liegt daran, dass die Produkte und Dienstleistungen des ewz nicht «greifbar» sind wie z. B. diejenigen von Getränke- oder Mobilfunkgeräteherstellern, und deshalb eine anspruchsvollere Vermittlung und Visualisierung erfordern. Durch das Sponsoring wird die Marke ewz sowie deren Produkte und Dienstleistungen erst erlebbar, und durch das Sponsoring gelingt es, Emotionen auszulösen. Deshalb eignet es sich sehr gut, um den abstrakten Produkten und Dienstleistungen des ewz ein Gesicht zu geben. Die emotionale Seite gewinnt für einen Kaufentscheid oder das Treffen von Massnahmen im Bereich Energie und Energieeffizienz immer mehr an Bedeutung.

Im Vergleich zur Konkurrenz und zu anderen Branchen sind die vom ewz eingesetzten Mittel bescheiden. Das ewz setzt rund 1,2 Prozent des Umsatzes für Sponsoring- und Kommunikationsmassnahmen ein. Je nach Branchenumfeld werden deutlich höhere Prozentsätze für Marketing- und Kommunikationsmassnahmen verwendet.

Erfolgskontrolle

Das ewz lässt sein Image und die Kundenzufriedenheit bei der Bevölkerung und bei Unternehmen jährlich über ein Marktforschungsinstitut ermitteln. Bei der aktuellsten Umfrage aus dem Jahr 2012 wurde der Fokus auf die Imagekomponenten des ewz gelegt. Das Ergebnis erweist sich als durchgehend positiv. Das ewz gilt als kompetenter, zuverlässiger Energieversorger, der eine sichere Stromversorgung garantiert. 86 Prozent der Haushalte in Zürich und 85 Prozent der Haushalte in Graubünden, 87 Prozent der Grosskunden und 83 Prozent der restlichen Unternehmen (KMU) in Zürich sowie 88 Prozent der Geschäftskunden in Graubünden haben gemäss der Umfrage im Jahr 2012 insgesamt ein gutes Bild vom ewz. Bei der Messung der Kundenloyalität (Weiterempfehlung, Preis-Leistungs-Verhältnis, Überzeugungskraft, emotionale Bindung, Kompetenz der Mitarbeitenden, Wertschätzung und generelle Zufriedenheit) erteilen die Grosskundinnen und Grosskunden in der Stadt Zürich dem ewz einen Loyalitäts-Index von 8,0, die KMU von 7,6 Punkten und die Geschäftskunden im Kanton Graubünden 7,9 von 10 möglichen Punkten. Bei der Bevölkerung ergeben sich Werte von 7,7 für Zürich und 7,8 für Graubünden. Diese Werte zeigen, dass die bisherige Unternehmenskommunikation des ewz erfolgreich ist und das positive Image des ewz zu stärken und zu erhalten vermag.

Qualität und Auswahl der Sponsoring-Engagements

Das ewz strebt qualitativ hochstehende Partnerschaftsverträge an. Um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, muss das Sponsoring langfristig sein, deutlich in Erscheinung treten und eine klare Positionierung ermöglichen. Das ewz muss sich von anderen Anbietern abheben und als starkes Unternehmen auftreten. Das ewz möchte eine breite Bevölkerungsschicht sowie auch die Entscheidungsträgerinnen bzw. Entscheidungsträger von Unternehmen erreichen. Die Sponsoring-Aktivitäten werden deshalb sorgfältig ausgewählt, damit die unterschiedlichsten Personen so gezielt wie möglich angesprochen und der Streuverlust so klein als möglich gehalten werden kann.

Gegenleistungen für das Sponsoring

Das ewz bringt in erster Linie finanzielle Leistungen und Ideen in eine Partnerschaft ein. Die Veranstalterinnen bzw. die Veranstalter geben als Gegenleistung Raum für die Präsentation des ewz, z. B. in Form von Logopräsenz, Inseraten, Kundenanlässen, Promotionen. Das ewz kann die Veranstaltung oder das Engagement in seine Kommunikationsmassnahmen einbauen und im Zusammenhang damit die Zielgruppen glaubwürdig auch ausserhalb von Kaufentscheidungen ansprechen, und so ein vorteilhaftes Bild erschaffen und festigen.

Auswahl der Sponsoring-Bereiche

Das ewz will bei gesponserten Anlässen das Verständnis vermitteln, dass Strom ein wertvolles Gut ist und dessen sinnvoller, energieeffizienter Einsatz in allen privaten und beruflichen Ebenen anzustreben ist. Aus diesem Grund sponsert das ewz gezielt in Bereichen, die eine Förderung oder Umsetzung dieser Ziele und Werte ermöglichen:

- Sport: Im Sommer sponsert das ewz vor allem im Bereich Trend- und Ausdauersport, wobei die Engagements auch dem Breitensport und beiden Geschlechtern zugänglich sein müssen (z. B. Triathlon, ewz power team, ewz training days, Marathon). Im Winter engagiert sich das ewz bei populären Mannschaftssportarten (z. B. Eishockey). Im sportlichen Bereich nutzt das ewz vor allem die Möglichkeit, die sinnvolle und energieeffiziente Verwendung der Energie zu visualisieren: Nur wer seine Energie optimal einsetzt, erreicht seine persönliche Bestleistung.
- Kultur und Kunst: In diesem Bereich fördert das ewz unter anderem die bildende und darstellende Kunst sowie die Musik (z. B. ewz.stattkino, ewz.selection, Live at Sunset, jazznojazz). Wenn immer möglich, ist das eigene Kultur- und Eventhaus ewz-Unterwerk Selnu der attraktive Veranstaltungsort mit einmaligem Charakter. Im kulturellen Bereich können die Zielgruppen eher über Botschaften zum Thema Ökostrom erreicht werden. Da die Veranstalterinnen bzw. die Veranstalter zudem Strom benötigen, kann explizit die Vermarktung der Ökostromprodukte integriert werden. Die Veranstaltenden beziehen Ökostrom und setzen damit ein Zeichen für den ökologischen Energieträger.
- Veranstaltungen / Projekte: Bei Veranstaltungen und Projekten wird vor allem auf den Zusammenhang mit Ökostrom, der Förderung der Energieeffizienz und der Nachhaltigkeit Wert gelegt (z. B. New Energy Partnering Congress, zukünftige Veranstaltungen im Rahmen des Projekts «Energieforschung der Stadt Zürich – ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft»).
- Lokaler Bereich: Das ewz engagiert sich vor allem bei beliebten örtlich verankerten und einem stadtzürcherischen oder bündnerischen Publikum zugänglichen Veranstaltungen (z. B. Limmatschwimmen, ewz.danceaward, Kinderzirkus Robinson, Silvesterlauf, Glatt-eis, Transviamala run & walking, Volkslauf St. Cassian).

Weitere Auswahlkriterien für Sponsoring-Engagements sind Einzigartigkeit, Ökostrom-Bezug, Energieeffizienz, Nachhaltigkeit, Kundenbindung, lokale Verbundenheit, Förderung des Frauensports und Förderung des Jugendsports, d. h. von Mädchen und Knaben. Die letzten beiden Kriterien werden bei Kulturvorhaben und anderen Projekten sinngemäss angewendet.

3. Antrag auf die Fortsetzung von Projekten

Der Gemeinderat, der Stadtrat, der Vorsteher des Departements der Industriellen Betriebe oder der Direktor des ewz haben in den letzten Jahren gemäss der städtischen Kompetenzordnung Sponsoring-Partnerschaften des ewz mit diversen Veranstalterinnen bzw. Veranstaltern im Sport- und Kulturbereich und diverse weitere Projekte bewilligt.

Mit der vorliegenden Weisung werden dem Gemeinderat diejenigen Projekte zur Genehmigung unterbreitet, die die Finanzkompetenzen des Stadtrats überschreiten und bis im Sommer des Jahres 2013 eine Genehmigung benötigen. Die aufgrund der Postulate «Verschiebung der Beiträge vom Sport zu energiepolitisch relevanten Projekten» (GR Nr. 2010/36) und «Gleichstellung von Mann und Frau» (GR Nr. 2010/35) eingeleiteten Massnahmen sind in der Umsetzung und die entsprechenden Ausgaben wurden in Finanzkompetenz des Direktors des ewz bewilligt. Der Stadtrat möchte aufgrund der positiven Erfahrungen in den letzten Jahren die verschiedenen Partnerschaften des ewz für weitere drei Jahre weiterführen, sofern die Veranstaltungen durchgeführt werden, die Leistungen und Gegenleistungen auch bei jährlichem Vertragsabschluss den Vorstellungen des ewz entsprechen und diese Engagements der Strategie und den Zielen des ewz auch künftig entsprechen.

– Akademischer Sportverband Zürich (ASVZ)

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 162 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 100 000.– und für die Begleitmassnahmen auf Fr. 55 000.– sowie für Unvorhergesehenes auf Fr. 7000.–.

Beim ASVZ handelt es sich um die Sportorganisation der Universität und der ETH Zürich. Er bietet den Studierenden und Angestellten beider Hochschulen sowie Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit, sich unter fachlicher Betreuung und Anleitung in diversen Sportarten zu betätigen und stellt die notwendige Infrastruktur zur Verfügung. Im Durchschnitt besuchen 60 Prozent der 55 000 Mitglieder zweimal pro Woche einen Kurs, was rund 850 000 Kontakten pro Jahr entspricht. Bei den Mitgliedern handelt es sich um kritische Beeinflusserinnen und Beeinflusser sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Ebenfalls sind die Mitglieder zukünftige Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger sowie mögliche Mitarbeitende für das ewz. Das ewz kann die Partnerschaft auch für die interne Gesundheitsförderung nutzen und dabei von der Professionalität des ASVZ profitieren.

– ewz power team

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 490 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 310 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 108 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 72 000.–.

Beim ewz power team handelt es sich um externe Sportlerinnen und Sportler sowie Mitarbeitende der Stadtverwaltung. Die Triathletinnen und Triathleten nehmen an verschiedenen Wettkämpfen inner- und ausserhalb von Zürich teil. Die Medienpräsenz in den letzten Jahren war dank Topleistungen verschiedenster Teammitglieder sehr hoch. Ronnie Schildknecht vom ewz power team gewann als einziger Athlet sechs Mal in Folge den Ironman Zürich Switzerland. Im November 2011 war der Ausnahmeathlet zum exklusiven Kreis der «Sub-8-Finisher» vorgestossen, die einen Ironman unter acht Stunden schafften. Die Integration des ewz in ein Triathlonteam verhilft auf eine glaub-

würdige Weise zu einer dynamischen und sympathischen Imagewerbung mit positiver Ausstrahlung und Goodwill und stellt eine optimale Beziehung zum umweltfreundlichen Ausdauersport und zum effizienten Energieeinsatz dar. Die Triathletinnen und Triathleten sind auch neben dem Wettkampf für das ewz, z. B. an Messen und Ausstellungen, im Einsatz. Stadintern werden die Mitarbeitenden zudem motiviert, sich vermehrt sportlich zu betätigen. Damit wird auch ein Beitrag an die berufliche Gesundheitsvorsorge geleistet.

– Ironman Switzerland Triathlon

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 252 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 180 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 50 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 22 000.–.

Der Ironman Switzerland Triathlon kombiniert die Disziplinen Schwimmen (3,8 km), Velofahren (180 km) und Laufen (42 km) miteinander und visualisiert anschaulich, dass nur ein optimaler Energieeinsatz schlussendlich zum Erfolg führt. Der Triathlon gehört schon lange nicht mehr zu einer Randsportart, denn in den letzten Jahren hat diese Sportart stark an Popularität zugenommen. Dies zeigen auch die Teilnehmerinnen- bzw. Teilnehmerzahlen diverser Triathlon-Veranstaltungen. Der Ironman Switzerland Zürich ist der einzige Ironman in der Schweiz, und entsprechend gross ist die Nachfrage nach Startplätzen. Diverse Athletinnen und Athleten vom ewz power team sowie auch diverse Mitarbeitende von der Stadtverwaltung nehmen an dieser Veranstaltung teil. Die Hauptaktivitäten des Ironman Switzerland Triathlon finden auf der Landiwiese und im unteren Seebecken statt. Für die Velostrecke muss auf das umliegende Gebiet ausgewichen werden. Die Veranstaltung bezieht 100 Prozent ewz.ökopower.

– Zürich Triathlon

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 127 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 89 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 23 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 15 000.–.

Der Zürich Triathlon bietet mit den Disziplinen Schwimmen, Velofahren und Laufen für Hobbysportlerinnen und Hobbysportler verschiedene Wettkämpfe mit unterschiedlichen Längen an. Nur ein optimaler Energieeinsatz führt zum Erfolg. Die Hauptaktivitäten finden auf der Landiwiese und am linken Zürichseeufer statt. Die Veranstaltung bezieht 100 Prozent ewz.ökopower.

– ewz.danceaward

Das ewz beantragt Ausgaben von Fr. 55 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 40 000.– und für die Begleitmassnahmen auf Fr. 12 000.– sowie für Unvorhergesehenes auf Fr. 3000.–.

Tanzen hat bei der Jugend einen hohen Stellenwert. Manche Jugendliche tanzen bereits in einem Verein oder in einer Tanzgruppe, während bei anderen der Mut zum Tanzen und die Freude an Bewegung und Rhythmus erst geweckt werden muss. Beim ewz.danceaward soll jedes Schulkind zum Mitmachen motiviert werden. Die Kinder können das Tanzen als freiwilligen Schulsport oder als allgemeinen Sport in der Freizeit auswählen. Sie trainieren ein halbes Jahr in Gruppen von maximal 16 Kindern und Jugendlichen unter fachkundiger Leitung. Die einstudierten Tänze werden anschliessend zum Abschluss der Tanzkurse an einem prominenten Ort aufgeführt, wobei eine Jury aus Expertinnen und Experten aus den Bereichen Schulsport und Tanz sowie das Publikum am Ende die Gewinnerteams wählt. Emotionen, Power, glänzende Augen, viel Lebensfreude und Rhythmus sorgen für eine einmalige Stimmung. Der Anlass ist öffentlich und kostenlos.

– Live at Sunset

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 370 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 302 400.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 53 200.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 14 400.–.

Das Live at Sunset findet seit dem Jahr 2008 auf der Doldereisbahn statt und dauert mehrere Tage. Am Abend treten verschiedene Sängerinnen und Sänger oder Gruppen mit unterschiedlichen Musikstilrichtungen auf. Für die Stromversorgung der Konzerte bezieht Live at Sunset 100 Prozent ewz.solartop. Im Tages-Anzeiger und Züritipp werden begleitend Inserate mit dem Bezug zu ewz.solartop und Live at Sunset geschaltet.

– Haus Konstruktiv – Museum für konstruktive, konkrete und konzeptuelle Kunst

Der Stadtrat beantragt Fr. 120 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 108 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2000.–.

Die Stiftung für konstruktive, konkrete und konzeptuelle Kunst betreibt mit dem «Haus Konstruktiv» ein Museum mit wechselnden Kunstaussstellungen. Das ewz unterstützt jährlich ein bis zwei Projekte. Das Haus Konstruktiv bezieht ewz.ökopower. Mit Beschluss vom 19. Dezember 2012 hat der Gemeinderat zudem den städtischen Jahresbeitrag von Fr. 725 000.– auf Fr. 775 000.– erhöht und einmalige Beträge für die Kinderkulturakademie und an das Stiftungskapital bewilligt (GR Nr. 2012/326). Zudem übernimmt «Kultur Stadt Zürich» das Patronat und integriert die Anlässe in seinen Kulturversand und in die Kulturplakatstellen.

– ewz.selection

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 320 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 307 800.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 800.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 1400.–.

ewz.selection ist der grösste Fotopreis in der Schweiz und das Fenster der schweizerischen Berufsfotografie, Fotografien von höchster Qualität – Swiss Made. Die Fotoausstellung findet im ewz-Unterwerk Selnau statt. Diese wird mit einer Vernissage sowie der Preisverleihung eröffnet. Während der ganzen Ausstellungsdauer finden verschiedene Begleitveranstaltungen statt. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower. Zudem übernimmt «Kultur Stadt Zürich» das Patronat, integriert die Veranstaltung in seinen Kulturversand und in die Kulturplakatstellen und bezahlt einen Betrag von Fr. 3500.– an den Regiebetrieb.

– ewz.stattkino

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 210 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 200 880.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 7120.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2000.–.

ewz.stattkino ist ein Filmfestival, das sich an Junge und Junggebliebene richtet. Im ewz-Unterwerk Selnau findet ein reiches Unterhaltungsprogramm statt, in dem Filme jeweils neu inszeniert werden. Ein Film wird nie einfach nur vorgeführt, sondern ist immer im Kontext zu Begleitveranstaltungen («Specials») eingebettet. Die Veranstaltung bezieht ewz.ökopower. ewz.stattkino erhält keine weitere Unterstützung von der Stadt Zürich.

– Kinderzirkus Robinson

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 68 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 54 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 10 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 4000.–.

Der Kinderzirkus Robinson ist der älteste Kinderzirkus der Schweiz mit Standort in Zürich-Oerlikon. Er bietet Kindern im Alter von 4½ bis 16 Jahren die Möglichkeit einer besonderen Freizeitgestaltung. Der Zirkus bietet zwei verschiedene Arten der Freizeitgestaltung an: die Zirkusschule Robinson mit diversen Einsteiger- und Weiterbildungskursen zum Thema Zirkus und das Ensemble des Zirkus Robinson mit einem Zirkusprogramm und öffentlichen Auftritten. Im Rahmen des Zirkusangebots sollen die Kinder an ihren eigenen persönlichen Fähigkeiten arbeiten, Grenzen überwinden oder akzeptieren lernen. Der Kinderzirkus erhält von der Stadt Zürich eine Mietzinsreduktion für die Räumlichkeiten an der Hofwiesenstrasse 226 in 8057 Zürich.

– Limmatschwimmen

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 89 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 37 000.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 40 000.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 12 000.–.

Das Zürcher Limmatschwimmen findet jeweils im August statt und ist ein Anlass für die breite Bevölkerung, der sich grosser Beliebtheit erfreut. Im Jahr 2012 nahmen rund 4200 Personen teil. Vielleicht kann die Teilnehmerinnen- bzw. die Teilnehmerzahl für die 50. Durchführung im Jahr 2013 auf 4800 Personen erhöht werden. Die Startkartenabgabe findet zwei Tage vor dem Anlass vor dem ewz-Kundenzentrum statt. Gestartet wird in der Frauenbadi und im Flussbad Oberer Letten, vor dem ewz-Kraftwerk Letten, befindet sich das Ziel.

– Graubünden-Marathon/-Walking

Das ewz beantragt Ausgaben von Fr. 51 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 32 400.– und für die Begleitmassnahmen auf Fr. 16 000.– sowie für Unvorhergesehenes auf Fr. 2600.–.

Der Graubünden-Marathon «powered by ewz» gilt als einer der härtesten Marathons der Welt. Er wird auf einer spektakulären Route mit dem einmaligen Zieleinlauf auf dem Rothorn-Gipfel ausgetragen. Es starten ungefähr 400 Teilnehmende. Zudem stehen die folgenden Kategorien zur Verfügung: Rothorn-Run (11,5 km), 20-Miles (30,7 km), Halbmarathon (21,1 km), 4er-Teams (über diverse Distanzen) und Nordic-Walking (über diverse Distanzen). Zudem findet auch ein Kinderlauf statt. Das ewz unterstützt beide Veranstaltungen als Presenting-Sponsor. Der Anlass wird mit Ökostrom durchgeführt.

– Trainingszelle Nordic Mittelbünden

Das ewz beantragt Ausgaben von Fr. 51 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 48 600.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 2400.–.

Die Trainingszelle Nordic Mittelbünden (NMB) fördert den Langlauf-Nachwuchs in Mittelbünden. Die NMB nimmt ihre gesellschaftliche und sozialpolitische Aufgabe wahr, indem sie den Langlaufsport in der Region Mittelbünden aktiv prägt und verankert. Die NMB koordiniert die sportliche Ausbildung, die Trainingsmöglichkeiten sowie die Wettkämpfe für leistungsorientierte Athletinnen und Athleten. Möglichst viele Jugendliche der Region sollen zu einer sinnvollen Freizeitbeschäftigung motiviert werden. In Zusammenarbeit mit den in der Trainingszelle involvierten Vereinen organisiert die NMB eine Wettkampfsreihe in der Region, den «ewz nordic cup mittelbünden». Einzelne Austragungen des Cups beziehen Ökostrom.

– Silvesterlauf

Der Stadtrat beantragt Ausgaben von Fr. 135 000.– (mit MWST) pro Jahr für die Jahre 2014 bis 2016. Die Kosten belaufen sich für das Sponsoring auf Fr. 75 600.–, für die Begleitmassnahmen auf Fr. 50 800.– und für Unvorhergesehenes auf Fr. 8600.–.

Jeweils im Dezember findet in der Zürcher Innenstadt der lokal verankerte und traditionelle Silvesterlauf statt. Rund 19 000 Personen laufen in verschiedenen Gruppen (Familien, MuKi/VaKi, Schülerinnen, Schüler, Mädchen, Knaben, Schulklassen, Paare) oder einzeln über verschiedene Distanzen durch die weihnachtlich beleuchtete Altstadt.

4. Begleitmassnahmen des ewz

Die Begleitmassnahmen sind abhängig von der Sponsoring-Art und den Möglichkeiten der Veranstaltenden. Sie umfassen im Wesentlichen Produktionskosten für Inserate, Medienmitteilungen, Bekleidung, Informationsbroschüren, Handzettel, Banden, Werbeatikel, Werbedias, Visualisierung der Energieeffizienz, Einladungskarten und Ausstellungen. Die Begleitmassnahmen unterstützen die Werbewirkung der eingegangenen Partnerschaften.

5. Kosten

Grundsätzlich strebt das ewz an, seine Sponsoring-Partnerschaften auf eine längere Zeitdauer auszurichten. Dies erhöht den Grad der Wahrnehmung bei den Zielgruppen aufgrund des Wiederholungseffekts und ermöglicht den Veranstalterinnen bzw. den Veranstaltern eine langfristige Planung und auch eine finanzielle Sicherstellung ihrer Veranstaltungen auf mehrere Jahre.

Das ewz schliesst mit den Partnerinnen bzw. Partnern klar terminierte, meistens auf ein Jahr oder auf eine Veranstaltung beschränkte Verträge ab, beurteilt nach jeder Veranstaltung die Partnerschaft neu und schliesst je nach Resultat einen neuen Vertrag ab. Dieses Vorgehen kann gemäss der Praxis zur städtischen Kompetenzordnung bis zu drei Mal realisiert werden. Anschliessend wird die Partnerschaft in der kreditrechtlichen Beurteilung zu einem jährlich wiederkehrenden Anlass mit entsprechend veränderten Finanzkompetenzen.

Bei den erwähnten Veranstaltungen handelt es sich um solche, die vom ewz bereits in den Vorjahren mit vergleichbaren Beträgen gesponsert worden sind, basierend auf entsprechenden Beschlüssen des Gemeinderats, des Stadtrats oder nachgeordneter Instanzen. Daher ist mit dem vorliegenden Beschluss des Gemeinderats keine Erhöhung der entsprechenden Budgetposition des ewz im Vergleich zum Vorjahr verbunden.

Diese Ausgaben sind im aktuellen Aufgaben und Finanzplan (AFP) eingestellt. Das ewz wird mit jeder Veranstalterin bzw. jedem Veranstalter unter Budgetvorbehalt einen Vertrag über die gesamte Dauer oder Teile davon abschliessen.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

Dem Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) werden Beiträge für folgende Sponsoring-Projekte bewilligt:

- 1. Akademischer Sportverband Zürich (ASVZ): Fr. 162 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**
- 2. ewz power team: Fr. 490 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**
- 3. Ironman Switzerland Triathlon: Fr. 252 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**
- 4. Zürich Triathlon: Fr. 127 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**
- 5. ewz.danceaward: Fr. 55 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**
- 6. Live at Sunset: Fr. 370 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.**

7. Haus Konstruktiv: Fr. 120 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
8. ewz.selection: Fr. 320 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
9. ewz.stattkino: Fr. 210 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
10. Kinderzirkus Robinson: Fr. 68 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
11. Limmatschwimmen: Fr. 89 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
12. Graubünden-Marathon/-Walking: Fr. 51 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
13. Trainingszelle Nordic Mittelbünden: Fr. 51 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.
14. Silvesterlauf: Fr. 135 000.– (mit MWST), jährlich wiederkehrend für die Jahre 2014 bis 2016.

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 Cuche-Curti