

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 18. November 2020

Stadtentwicklung, Verein Zürich Tourismus, Beiträge 2021–2024 und Erhöhung Sonderbeitrag 2021 und 2022 zur Minderung der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie

1. Zweck der Vorlage

Mit dieser Vorlage beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat die Weiterführung des wiederkehrenden Beitrags an den Verein Zürich Tourismus von Fr. 1 222 923.– für die Jahre 2021–2024 für die Aufgaben «Tourist Information» und «Marketing/Services» gemäss der bestehenden Leistungsvereinbarung. Der Betrag soll jährlich dem Zürcher Städteindex der Konsumentenpreise an die bis Ende Vorjahr aufgelaufene Teuerung angepasst werden.

Zur Minderung der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie bis Ende 2022 beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat ferner die Erhöhung des für 2020 bewilligten Sonderbeitrags von 4 Millionen Franken (GR Nr. 2020/297) um weitere 3,6 Millionen Franken auf 7,6 Millionen Franken. Die Auszahlung der Tranchen für 2021 (2 Millionen Franken) und für 2022 (1,6 Millionen Franken) stehen unter dem Vorbehalt, dass der Verein Zürich Tourismus wegen anhaltend tiefer CityTax-Einnahmen immer noch auf den Sonderbeitrag angewiesen ist. Für den Sonderbeitrag wird eine separate Leistungsvereinbarung abgeschlossen.

2. Ausgangslage

Zürich Tourismus wurde 1885 als Verkehrsverein gegründet und hatte damals wie heute das Ziel, Zürich als Tourismusdestination in der ganzen Welt bekannt zu machen. Die Stadt unterstützt den Verein Zürich Tourismus seit dessen Gründung. Mit den Gemeinderatsbeschlüssen GR Nr. 2007/527, GR Nr. 2010/381 und GR Nr. 2013/245 geschah dies jeweils für die Dauer von drei Jahren. Mit dem Gemeinderatsbeschluss GR Nr. 2016/229 wurde die Beitragsperiode auf jeweils vier Jahre festgelegt, um Zürich Tourismus langfristige Planungssicherheit zu ermöglichen. Entsprechend soll auch die aktuelle Verlängerung des Beitrags für wiederum vier Jahre erfolgen.

2.1 Aktuelle Tätigkeiten von Zürich Tourismus

Zürich Tourismus ist als Verein konstituiert. Der Vorstand von Zürich Tourismus besteht aus neun Personen unter dem Vorsitz des ehemaligen Präsidenten von HotellerieSuisse, Guglielmo L. Brentel. Zwei Vorstandssitze sind gemäss den Statuten Vertreterinnen und Vertretern der öffentlichen Hand (Stadt und Kanton Zürich) vorbehalten. Für den Kanton nimmt die Leiterin des AWA, für die Stadt die Direktorin Stadtentwicklung diese Vertretung wahr.

Per Ende 2019 waren insgesamt 73 Mitarbeitende in 65,2 Vollzeitstellen für Zürich Tourismus tätig. Für Stadtführungen und Spezialeinsätze stehen 53 freischaffende Reiseleiterinnen und Reiseleiter zur Verfügung.

Zürich Tourismus erfüllt primär folgende Aufgaben:

- Destinationsmarketing für Stadt und Region Zürich: Marketing und touristische Markenprofilierung in enger Kooperation mit Schweiz Tourismus und anderen Standort-Organisationen, so etwa auch mit der Stadt Zürich, dem Kanton und den Hochschulen.
- Auskunfts- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich: Betrieb der «Tourist Information» im Hauptbahnhof Zürich mit umfassenden Auskunfts- und Vermittlungsdienstleistungen (rund 400 000 Besuchende und über 25 000 Telefon- und Chatanfragen pro Jahr).

- Internationale Public-Relations und Medienarbeit: Zürich Tourismus ist die zentrale Koordinationsplattform für internationale Medienanfragen inklusive Betreuung der Medienschaffenden vor Ort (über 280 Medienschaffende pro Jahr positionieren die Stadt mit positiver Berichterstattung weltweit).
- Führung und Betrieb des Kongressbüros: Koordination und Vermittlung von zielgruppenorientierten Angeboten inklusive Verkauf.
- 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 für Stadtführungen.
- Öffentlichkeitsarbeit (Marketing / Services): Förderung des Tourismusbewusstseins bei Behörden, Wirtschaft und der breiten Öffentlichkeit. Dazu verfügt Zürich Tourismus über eine interne Kommunikationsagentur und gestaltet sein eigenes Content Management.
- Open Data: Zürich Tourismus hat als erste Destinationsmarketingorganisation in der Schweiz eine strukturierte (Open-Source-)Datenplattform aufgebaut. Diese ermöglicht es, die Informationen einfach auf Drittplattformen einzubinden und dadurch jederzeit aktuelle Inhalte anzuzeigen. Ein Beispiel dafür sind u. a. die interaktiven Stadtpläne, die in Zusammenarbeit mit dem Hochbaudepartement und Clear Channel betrieben werden. Die Daten dazu werden über die Schnittstelle Open Data von Zürich Tourismus verwendet.

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 so einen wichtigen Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft. Seit 2010 misst Zürich Tourismus als Gesamtunternehmen den eigenen ökologischen Fussabdruck und kompensiert die durch die eigenen Tätigkeiten produzierte CO₂-Menge. Mit dem Betrag unterstützt der Verein über die Organisation «myclimate» ein Klimaschutzprojekt in Madagaskar. Mit der Unterzeichnung der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus im Jahr 2009 bekräftigte Zürich Tourismus das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und verpflichtet sich dazu, den ökologischen Fussabdruck um durchschnittlich 3 Prozent pro Jahr zu reduzieren. 2014 erstellte der Verein dazu ein offizielles Nachhaltigkeitskonzept. Dabei wurden messbare Ziele auf den drei Ebenen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit definiert.

Die Nachhaltigkeitsbestrebungen sind in der übergeordneten Strategie von Zürich Tourismus verankert und fordern eine realistische, pragmatische Herangehensweise an die ambitionierte Zielsetzung. Zürich Tourismus arbeitet mit der Zürcher Hotellerie zusammen und positioniert Zürich als umweltbewusste Destination, die stark auf Regionalität, Saisonalität und lokale Kultur fokussiert. 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 50 Hotels für regionale und faire Produkte einsetzen. Weiter sind relevante Drittpartnerinnen und Drittpartner von Zürich Tourismus in die Bestrebungen eingebunden und kompensieren ihre CO₂-Emissionen ebenfalls vollumfänglich; dies gilt z. B. für alle Stadtrundfahrten bei Gruppenreisen, die nur mit Mobilitätspartnerinnen und -partnern durchgeführt werden dürfen, die E-Fahrzeuge anbieten. Auch das Kongressbüro hält Businessreisende dazu an, möglichst klimafreundlich anzureisen: mit dem Zug statt mit dem Flugzeug. Umweltbewusste Produkte und Dienstleistungen sind auf der Webseite von Zürich Tourismus gekennzeichnet. So finden sich dort rund 300 Touren für die

Bereiche Wandern, Fahrrad und Bike, Inlineskating sowie Kanu und Paddeln. Alle Ausflugsangebote können klimaneutral erlebt werden – entweder fallen keine klimawirksamen Emissionen an oder die verursachten Emissionen werden durch die Anbieterinnen und Anbieter über die Stiftung myclimate kompensiert. Die von Zürich Tourismus in zwölf Sprachen angebotenen Stadtführungen werden zu Fuss durchgeführt und wurden im Jahr 2019 von rund 55 000 Personen in Anspruch genommen. Damit ist Zürich eine der beliebtesten Städte, die zu Fuss erkundet werden können.

3. Zusammenarbeit mit der Stadt Zürich

3.1 Leistungsvereinbarung für die jährlichen Beiträge an die «Tourist Information» und «Marketing/Services»

Die Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt und Zürich Tourismus umfasst die Bereiche «Tourist Information» und «Marketing/Services». Die «Tourist Information» ist die Auskunft- und Vermittlungsstelle für die Tourismusregion Zürich im Hauptbahnhof. Sie ist an 365 Tagen im Jahr bedient und verzeichnet jährlich rund 400 000 Besuchende. Hinzu kommt die Beantwortung von über 25 000 Telefonanrufen und Online-Anfragen (via Mail sowie WebChat) pro Jahr.

Ebenfalls zur «Tourist Information» im Hauptbahnhof gehört der Informations- und Verkaufskanal der Produkte von Zürich Tourismus (Vermittlung von Hotelzimmern, Reiseleitungen für Stadtführungen / Tagestouren / Kongresse usw., Information über das gesamte kulturelle und gastronomische Angebot im Raum Zürich, Vermittlung von Extradfahrten, Angebotsschulungen in Hotels und bei Partnerinnen und Partnern usw.) sowie die Reiseleiterzentrale (rund 3500 Führungen mit 55 000 Teilnehmenden in zwölf Sprachen im Jahr 2019). Das Angebot an Führungen ist für Touristinnen und Touristen wie für Einheimische gleichermaßen interessant.

«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 die IT-Infrastruktur.

Im Jahr 2019 betrug der Beitrag der Stadt an Zürich Tourismus insgesamt Fr. 1 222 923.– (GR Nr. 2016/229). Derselbe Beitrag ist für die Jahre 2021–2024 vorgesehen.

Kostenstelle In 1000 Franken	Jahreserfolg						
	2019 IST	2020 Budget	2020 Forecast	2021 Plan	2022 Plan	2023 Plan	2024 Plan
Tourist Info	-1131.80	-1198.40	-1987.60	-1800	-1600	-1300	-1200
Marketing/Services	-660.00	-660.00	-600.00	-600	-600	-600	-600
Total der Bereiche	-1791.80	-1858.40	-2587.60	-2400	-2200	-1900	-1800

Kostenstelle In 1000 Franken	Beitrag Stadt					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tourist Info	1131.80	1222.90	1222.90	1222.90	1222.90	1200.00
Marketing/Services	91.10	0.0	0.0	0.0	0.0	22.90
Total der Bereiche	1222.90	1222.90	1222.90	1222.90	1222.90	1222.90

Tabelle 1: Operative Ergebnisse (IST 2019, Budget und Forecast 2020 sowie Plan 2021–2024) und städtische Beiträge der von der Stadt mitfinanzierten Bereiche in 1000 Franken (ohne Teuerung).

4. Covid-19-Pandemie: Sonderbeitrag

4.1 Ausgangslage für Zürich Tourismus vor COVID

Obwohl die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise nicht ohne Auswirkungen auf den Tourismus blieb, fielen die Einbussen bis 2019 bei den Logiernächten weit geringer aus als erwartet. Die Tourismusregion Zürich verzeichnete 2019 über 6,5 Millionen Logiernächte, davon 3,6 Millionen alleine in der Stadt Zürich. Hinzu kommen pro Jahr rund 16 Millionen Tagestouristinnen und -touristen. Damit war die Region Zürich auch 2019 mit Abstand die stärkste Tourismusdestination der Schweiz.

4.2 Auswirkungen der COVID-Pandemie

Mit der COVID-19-Krise hat sich dies radikal geändert. Internationale Reisende machen in Zürich 71 Prozent der Logiernächte aus. Von Januar bis Juli 2020 sind die Übernachtungszahlen in der Stadt Zürich um 65,8 Prozent eingebrochen – d. h., es haben durchschnittlich ein Drittel der Anzahl Gäste aus den Vorjahren die Stadt besucht.

Dies hat fatale Folgen: Als Querschnittsbranche liefert der Tourismus wesentliche Einkommensimpulse für eine Vielzahl von kleineren und mittleren Unternehmen (KMU). Neben der Hotellerie profitieren v. a. Gastronomie und Detailhandel, aber auch weitere Branchen von den Gästen aus dem In- und Ausland. Gemäss dem Verband HotellerieSuisse werden drei von vier Schweizer Franken im Tourismus ausserhalb der Hotellerie ausgegeben. Gemäss einer Studie des BAK Basel (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.

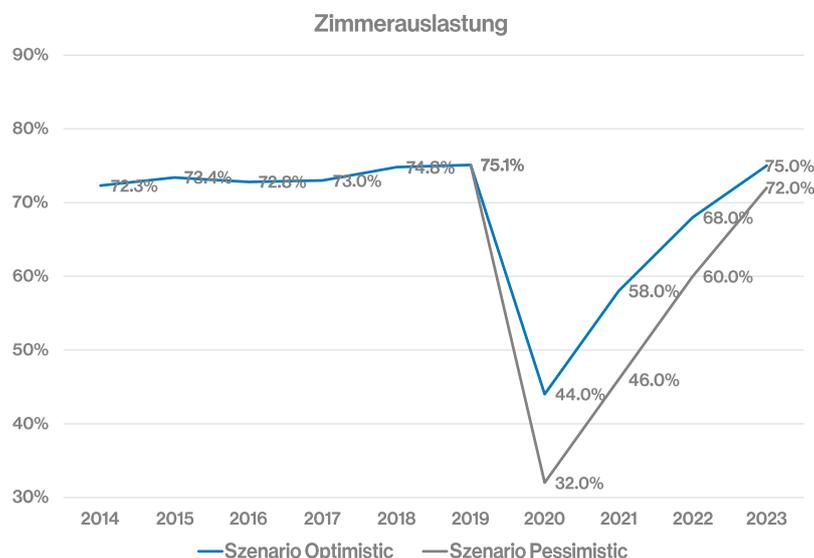
Der Tourismus sichert damit in der Stadt rund 19 000 Arbeitsplätze, darunter viele mit einem weniger anspruchsvollen Anforderungsprofil, und leistet einen wertvollen Beitrag zur lokalen wirtschaftlichen Entwicklung. Entsprechend wichtig sind die Bemühungen von Zürich Tourismus, die Branche (insbesondere die Hotellerie, die viele, auch weniger qualifizierte Arbeitsplätze generiert) dabei zu unterstützen, neue Angebote zu kreieren, die auf ein neues Publikum abzielen. Gelingt es, neue Gäste zu gewinnen aus Märkten, die bisher weniger Beachtung fanden, wirkt sich dies längerfristig positiv aus und sichert das Überleben von Hotels, Gastronomiebetrieben sowie Detailhändlerinnen und -händlern. Aufgrund der Corona-Krise sind viele Arbeitsplätze akut gefährdet. Direkt Betroffene (v. a. in Hotellerie und Gastronomie) können teilweise vorübergehend die erweiterten Kurzarbeitsentschädigungen in Anspruch nehmen, indirekt Betroffene andere Nothilfemassnahmen. Diese laufen aber zumeist Ende 2020 aus.

4.3 Sonderbeitrag

Bereits am 8. Juli 2020 hat der Stadtrat mit Beschluss Nr. 620/2020 einen sofortigen Sonderbeitrag an den Verein Zürich Tourismus zur Minderung der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie von 2 Millionen Franken für 2020 gesprochen, dessen Erhöhung um weitere 2 Millionen Franken für 2020 auf insgesamt 4 Millionen Franken am 11. November 2020 vom Gemeinderat bewilligt wurde (GR Nr. 2020/297). Dieser Beitrag soll den Ausfall der CityTax-Einnahmen, die 55,1 Prozent des Budgets von Zürich Tourismus ausmachen, kompensieren. Der Ausfall der CityTax wird sich angesichts der aktuellen Entwicklungen im Reisemarkt nicht so schnell erholen. Von Januar bis August 2020 verzeichnete die Stadt Zürich 66,24 Prozent weniger Übernachtungen als in derselben Zeitspanne im Vorjahr. Für die Jahre 2021 und 2022 wird eine Auslastung von 50 Prozent bzw. 65 Prozent der Zimmer angenommen. Das heisst, die Ausfälle der CityTax-Einnahmen werden auch bei einer positiven Entwicklung des Tourismus nach der COVID-Krise erst 2023 und später wieder kompensiert werden können.

Abb. 2: Die Einschätzung der Auslastung bis 2023 in der Tourismusregion Zürich

COVID-19
Die Krise:
Einschätzung der
Auslastung (LN)



Zürich, Schweiz.

Angesichts dieser nur langsamen Erholung des Reisemarkts ist es für Zürich Tourismus wichtig, in der für das Überleben der Organisation entscheidenden Phase bis Ende 2022 keinen Wettbewerbsnachteil zu öffentlich finanzierten Mitbewerbern in anderen Städten Europas zu erleiden. Wie bereits im Jahr 2020 sollen deshalb zusätzlich zum wiederkehrenden Betriebsbeitrag auch 2021 und 2022 je ein Sonderbeitrag von 2 Millionen Franken bzw. 1,6 Millionen Franken ausgerichtet werden. Der dem Gemeinderat für 2020 beantragte Sonderbeitrag von 4 Millionen Franken ist folglich bis Ende 2022 um weitere 3,6 Millionen Franken auf insgesamt 7,6 Millionen Franken zu erhöhen. Der Kanton Zürich verfolgt dasselbe gestaffelte Verfahren. Damit kann der Ausfall der CityTax-Einnahmen teilweise kompensiert und eine effiziente und effektive nachfrageorientierte Förderung des Tourismus als Gesamtsystem ermöglicht werden (siehe dazu GR Nr. 2020/297).

Der Sonderbeitrag an Zürich Tourismus zur Abfederung der wirtschaftlichen Folgen aufgrund der Corona-Pandemie ist für Massnahmen zur Wiederbelebung des Tourismus bestimmt. Seine Verwendung ist in einer separaten Leistungsvereinbarung geregelt.

5. Finanzierung

Zürich Tourismus finanzierte sich 2019 zu 55,1 Prozent über die CityTax (Übernachtungsabgabe). Der kommerzielle Umsatz machte 2019 23,9 Prozent der Gesamteinnahmen aus, während sich die Beiträge der Stadt auf 5,4 Prozent beliefen. Die Rechnung 2019 sowie das Budget 2020 sehen wie folgt aus:

in 1000 Franken	2019	2020 Budget
Nettoerlös und Beiträge	21 200.30	21 810.00
CityTax	12 499.20	13 000.00
Kommerzieller Umsatz	5 421.60	5 500.00
Aktionseinnahmen	1 206.30	1 100.00
Werbeeinnahmen	529.40	600.00
Kooperationsbeiträge	734.30	750.00

Mitgliederbeiträge	805.50	850.00
Finanzertrag	4.00	10.00
	1 492.90	1 492.90
Leistungsbeiträge Stadt Zürich	1 222.90	1 222.90
Leistungsbeiträge Kanton Zürich	270.00	270.00
Total Nettoerlös und Beiträge	22 693.20	23 302.90
Operative Aufwände		
	-22 607.30	-23 730.00
Kommerzieller Aufwand	-4 271.20	-4 320.00
Direkter Marketingaufwand	-9 114.60	-10 510.00
Personalaufwand	-6 985.60	-7 150.00
Übriger betrieblicher Aufwand	-2 136.10	-1 680.00
Abschreibungen	-70.50	-60.00
Finanzaufwand	-29.30	-10.00
Betriebsergebnis	85.90	-427.10
Betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg		
	-56.30	130.00
Betriebsfremde Aufwände und Erträge (netto)	2.70	10.00
Ausserordentliche Aufwände und Erträge (netto)	-59.10	120.00
Jahresergebnis	29.60	-297.10

Tabelle 2: Rechnung 2019 und Budget 2020 Zürich Tourismus

Zürich Tourismus schloss 2019 mit einem Ertragsüberschuss von Fr. 29 610,- ab. Dieser wurde dem Eigenkapital zugeführt.

In der Übersicht über die Geschäftsjahre 2016–2023 präsentiert sich das Bild folgendermassen:

Übersicht Geschäftsjahre 2016-2023																
in CHF 1'000	2016	Anteil in %	2017	Anteil in %	2018	Anteil in %	2019	Anteil in %	2020 Budget	Anteil in %	2020 Forecast	Anteil in %	2021 Plan	Anteil in %	2022 Plan	2023 Plan
Nettoerlös und Beiträge																
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	18'050.2		19'366.5		20'653.6		21'200.3		21'810.0		7'520.0		9'420.0		14'230.0	17'460.0
City Tax	9'986.1	51.1%	10'551.7	50.6%	11'593.1	52.3%	12'499.2	55.1%	13'000.0	55.8%	4'000.0	36.3%	5'200.0	27.9%	8'000.0	10'000.0
Kommerzieller Umsatz	5'217.8	26.7%	5'732.8	27.6%	5'885.1	26.6%	5'421.6	23.9%	5'500.0	23.6%	1'100.0	10.0%	2'100.0	11.3%	3'500.0	4'500.0
Aktionseinnahmen	1'008.7	5.2%	963.0	4.8%	1'080.8	4.9%	1'206.3	5.3%	1'100.0	4.7%	700.0	6.4%	680.0	3.8%	1'000.0	1'000.0
Werbeeinnahmen	592.9	3.0%	710.1	3.4%	535.7	2.4%	529.4	2.3%	600.0	2.6%	340.0	3.1%	240.0	1.3%	400.0	500.0
Kooperationsbeiträge	632.9	3.2%	644.3	3.1%	738.1	3.3%	734.3	3.2%	750.0	3.2%	580.0	5.3%	450.0	2.4%	520.0	650.0
Mitgliederbeiträge	604.9	3.1%	711.1	3.4%	818.2	3.7%	805.5	3.5%	850.0	3.6%	790.0	7.2%	740.0	4.0%	800.0	800.0
Finanzertrag	7.0	0.0%	23.4	0.1%	2.7	0.0%	4.0	0.0%	10.0	0.0%	10.0	0.1%	10.0	0.1%	10.0	10.0
Beiträge öffentliche Hand	1'492.9		1'492.9		1'492.9		1'492.9		1'492.9		3'492.9		9'222.9		3'261.9	1'492.9
Leistungsbeiträge Stadt Zürich	1'222.9	6.3%	1'222.9	5.9%	1'222.9	5.5%	1'222.9	5.4%	1'222.9	5.2%	3'222.9	29.3%	5'627.9	30.2%	2'381.9	1'222.9
Leistungsbeiträge Kanton Zürich	270.0	1.4%	270.0	1.3%	270.0	1.2%	270.0	1.2%	270.0	1.2%	270.0	2.5%	3'595.0	19.3%	880.0	270.0
Total Nettoerlös und Beiträge	19'543.2	100.0%	20'859.4	100.0%	22'146.6	100.0%	22'693.2	100.0%	23'302.9	100.0%	11'012.9	100.0%	18'642.9	100.0%	17'491.9	18'952.9
Operative Aufwände																
	-19'672.1		-20'807.3		-21'712.7		-22'607.3		-23'730.0		-13'363.0		-18'710.0		-17'480.0	-18'970.0
Kommerzieller Aufwand	-4'025.4	20.5%	-4'408.0	21.2%	-4'901.0	21.2%	-4'271.2	18.9%	-4'320.0	18.2%	-960.0	6.4%	-1'650.0	8.8%	-2'750.0	-3'550.0
Direkter Marketingaufwand	-7'939.7	40.4%	-8'240.0	39.6%	-8'504.5	39.2%	-9'114.6	40.3%	-10'510.0	44.8%	-6'033.0	45.1%	-10'190.0	54.5%	-7'670.0	-8'270.0
Personalaufwand	-6'203.3	31.5%	-6'357.9	30.6%	-6'706.1	30.5%	-6'985.6	30.9%	-7'150.0	30.1%	-5'000.0	37.4%	-5'200.0	27.8%	-5'400.0	-6'500.0
Übriger betrieblicher Aufwand	-1'437.1	7.3%	-1'712.6	8.2%	-1'830.9	8.4%	-2'136.1	9.4%	-1'680.0	7.1%	-1'400.0	10.5%	-1'600.0	8.8%	-1'600.0	-1'600.0
Abschreibungen	-84.0	0.3%	-86.3	0.4%	-86.4	0.3%	-70.5	0.3%	-80.0	0.3%	-80.0	0.3%	-80.0	0.3%	-50.0	-40.0
Finanzaufwand	-2.7	0.0%	-2.4	0.0%	-4.1	0.0%	-29.3	0.1%	-10.0	0.0%	-10.0	0.1%	-10.0	0.1%	-10.0	-10.0
Betriebsergebnis	-129.0		52.1		433.9		85.9		-427.1		-2'950.1		-67.1		11.9	-17.1
Betriebsfremder und ausserordentlicher Erfolg																
	-6.1		24.8		-28.9		-56.3		130.0		-25.0		-10.0		30.0	30.0
Betriebsfremde Aufwände und Erträge	1.8		5.3		-4.5		2.7		10.0		10.0		10.0		10.0	10.0
Ausserordentliche Aufwände und Erträge	-7.9		19.5		-24.4		-59.1		120.0		-35.0		-20.0		20.0	20.0
Jahresergebnis	-135.1		76.9		405.0		29.6		-297.1		-2'975.1		-77.1		41.9	12.9
Eigenkapital	3'302.4		3'379.3		3'784.4		3'814.0		3'516.9		1'438.9		1'361.8		1'403.7	1'416.6

Tabelle 3: Übersicht Geschäftsjahre 2016–2023, Rechnung und Budgets bzw. Finanzplanung

6. Fazit

Zürich Tourismus erbringt wertvolle Leistungen für den Wirtschafts- und Tourismusstandort Zürich. Durch die von der Stadt mitfinanzierten Dienstleistungen «Tourist Information» und «Marketing/Services» (siehe Kapitel 3.1) wird ein reibungsloser operativer Ablauf dieser wichtigen Angebote ermöglicht. Die Bestrebungen von Zürich Tourismus zur Förderung des Standorts Zürich und zu dessen Entwicklung als nachhaltige Tourismusregion im In- und Ausland sind auch zentrale Anliegen der Stadt, wie sie in den Strategien 2035 des Stadtrats festgeschrieben sind (STRB Nr. 128/2015).

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

Der Sonderbeitrag bis Ende 2022 soll für die Anstrengungen zur Wiederbelebung der Tourismusbranche inklusive der davon abhängigen Branchen Hotellerie, Gastronomie und Detailhandel gesprochen und in einer separaten Leistungsvereinbarung geregelt werden.

7. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Mit Volksabstimmung vom 6. September 1987 stimmte das Zürcher Stimmvolk einer jährlichen Beitragszahlung an Zürich Tourismus (damals Verkehrsverein Zürich) von Fr. 585 000.– zu. Dieser wiederkehrende Beitrag wurde seither vom Gemeinderat mehrfach erhöht. Gemäss Art. 11 lit. b Gemeindeordnung (GO, AS 101.100) unterliegt die Erhöhung einer Ausgabe jeweils lediglich dem fakultativen Referendum, wenn eine bereits von der Gemeinde beschlossene Ausgabe ohne Änderung des Zwecks erhöht wird. Folglich ist der Gemeinderat für die Bewilligung des jährlich wiederkehrenden Beitrags an den Verein Zürich Tourismus von Fr. 1 222 923.– an den Verein Zürich Tourismus für die Jahre 2021–2024 zuständig.

Der Sonderbeitrag stellt als spezifischer Beitrag an den Verein Zürich Tourismus eine Einmalausgabe dar (siehe dazu GR Nr. 2020/297, Kapitel 8). Gemäss Art. 19 Abs. 4 Finanzhaushaltsverordnung (AS 611.101) richtet sich die Zuständigkeit für die Bewilligung eines Zusatzkredits nach der Höhe des Gesamtkredits. Für die Bewilligung der beantragten Erhöhung des Sonderbeitrags auf insgesamt 7,6 Millionen Franken ist folglich gemäss Art. 41 lit. c GO der Gemeinderat zuständig.

Die jährlichen Beiträge und die jährlichen Tranchen des Sonderbeitrags wurden im Budget 2021 ordentlich beantragt und sind im Finanz- und Aufgabenplan 2021–2024 eingestellt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Dem Verein Zürich Tourismus wird ein jährlich wiederkehrender Beitrag von Fr. 1 222 923.– für die Jahre 2021–2024 bewilligt.**

Der Beitrag wird jährlich der Teuerungsentwicklung angepasst. Massgebend ist der Zürcher Index der Konsumentenpreise (Basiswert 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.

2. **Der mit GR Nr. 2020/297 für 2020 bewilligte Sonderbeitrag von 4 Millionen Franken zur Minderung der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie wird für 2021 um 2 Millionen Franken auf 6 Millionen Franken und für 2022 um weitere 1,6 Millionen Franken auf insgesamt 7,6 Millionen Franken erhöht.**

Die Erhöhungen stehen unter dem Vorbehalt, dass der Verein Zürich Tourismus wegen tiefer CityTax-Einnahmen weiterhin auf den Sonderbeitrag angewiesen ist.

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats

die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cuche-Curti