



Protokollauszug vom

20.11.2024

Departement Technische Betriebe / Stadtwerk Winterthur:

Sponsoringaktivitäten von Stadtbus Winterthur und Richtlinie für Sponsoring

IDG-Status: öffentlich

SR.24.783-1

Der Stadtrat hat beschlossen:

1. Die Richtlinie für Sponsoring (Beilage I) von Stadtbus Winterthur wird genehmigt.
2. Mitteilung an: Departement Technische Betriebe, Stadtkanzlei, Finanzamt, Finanzkontrolle und Stadtbus Winterthur.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtschreiber:

A. Simon

Begründung:

1 Vorbemerkungen

Die Sponsoring Aktivitäten von Stadtbus Winterthur sind grösstenteils durch den Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) vorgegeben. Der ZVV hat hierfür sämtliche Vorgaben und Rahmenbedingungen in verschiedenen Richtlinien (nachfolgend: ZVV Richtlinien) festgelegt. Die ZVV Richtlinien sind Beilagen zum Transportvertrag, den die Stadt/Stadtbus Winterthur (wie alle Marktverantwortlichen Unternehmen im ZVV), für jede Fahrplanperiode neu mit dem ZVV unterzeichnet. So hat der Stadtrat zuletzt mit SR.24.286-1 vom 8.5.2024 mit seinem JA zum Transportvertrag auch JA zur Geltung der ZVV Richtlinien gesagt. Seitens der Stadt gelten die «Richtlinien betreffend Sponsoring» (gemäss Sk-Nr. 96-0029).

Eine weitere Konkretisierung von Werbe- und Sponsoringaktivitäten von Stadtbus Winterthur im Einklang mit den ZVV Richtlinien ist möglich. Ein Beispiel ist die Werbemittelvermarktung, betreffend die der Stadtrat mit SR.23.408-1 vom 7. Juni 2023 konkretisierende Rahmenbedingungen festgelegt hat (Grossflächige Bemalungen auf maximal 8 Prozent der Busfahrzeug-Flotte von Stadtbus Winterthur).

Stadtbus Winterthur kennt derzeit fünf Kategorien von Sponsoringaktivitäten im weiteren Sinne mit Institutionen und Organisationen. Drei davon werden vollständig durch ZVV Richtlinien geregelt, bei zweien besteht zusätzlicher Regelungsbedarf seitens der Stadt. Die entsprechende Umsetzung findet sich in den Sponsoringrichtlinie in Beilage 1.

Diese orientiert sich inhaltlich an den Richtlinien von Stadtwerk Winterthur (siehe SR.18.648-2 vom 12.09.2018). Der Regelungsumfang ist vorliegend geringer, da auch die Sponsoring Aktivitäten von Stadtbus Winterthur, die nicht bereits durch ZVV Richtlinien geregelt sind, einen überschaubaren Umfang aufweisen. 2023 beispielsweise gab es keine derartigen Aktivitäten – mit Ausnahme von 3-4 Veranstaltungen, welche Tombolapreise von Stadtbus erhalten haben.

2 Einordnung:

Sponsoringaktivitäten von Stadtbus Winterthur und Regelungsbedarf

2.1 In ZVV Richtlinien geregelte Aktivitäten

- Fahrausweissonderangebote (FSA) bzw. Ticketintegration:

geregelt in: Ziffer 4.1 ZVV Richtlinie Verkaufsprojekte vom 1. Juni 2021

Eine Ticketintegration liegt vor, wenn bei einer Veranstaltung die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel in den Eintrittspreis integriert wird. Die Kosten zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs sind hierbei ermässigt. Stadtbus Winterthur hat innerhalb der geltenden ZVV Richtlinie die

Kompetenz, diese Ermässigung auf Basis des so genannten «FSA-Tools» des ZVV zu berechnen und zu genehmigen. Eine Ticketintegration findet im Normalfall bei allen Veranstaltungsteilnehmenden statt – also auch bei jenen mit Abonnements des öffentlichen Verkehrs. Somit findet einerseits eine Vergünstigung statt, andererseits werden Kosten auch jenen Personen angelastet, welche die ÖV-Nutzung bereits bezahlt haben. Auf Ebene der Veranstaltung entsteht deshalb keine Kostengutsprache bei Besitzenden eines Abonnements. Die Finanzierung dieser Aktivität erfolgt über den ZVV, innerhalb der Stadt erfolgt eine Genehmigung entsprechend den geltenden städtischen Kompetenzregelungen.

- FSA mit Gegengeschäft:

geregelt in: Ziffer 4.4 ZVV Richtlinie Verkaufsprojekte vom 1. Juni 2021

Gemäss «Richtlinie Verkaufsprojekte» des ZVV können für FSA Gegengeschäfte (z.B. Kommunikationsplattformen oder Eintrittstickets) vereinbart werden. Stadtbus Winterthur schliesst mit Veranstaltern Vereinbarungen ab, welche die konkrete Leistung definiert. Dabei sind entsprechend den Vorgaben des ZVV die Leistungen mit einem marktüblichen Geldbetrag gegeneinander abzugleichen. Es findet hierbei ebenfalls kein Geldfluss statt, weshalb ein Gegengeschäft im Rahmen von FSA vorliegt.

- Verkehrsmittelwerbung mit Gegengeschäft:

geregelt in: ZVV Richtlinie für Verkehrsmittelwerbung aus November 2014

Für die Werbemittelvermarktung bietet Stadtbus Winterthur einem Partner bei einem Gegengeschäft Werbeflächen in- oder ausserhalb der Fahrzeuge an (es gelten übliche Marktpreise). Der Partner erbringt seinerseits Leistungen im Umfang des festgelegten Marktwerts der Werbefläche. Grossflächige Bemalungen sind auf maximal 8 Prozent der Busfahrzeug-Flotte erlaubt (Konkretisierung der ZVV Richtlinie durch SR.23.408-1 vom 7.6.2023, s.o.).

2.2 Aktivitäten mit Regelungsbedarf durch den Stadtrat (keine Regelung in ZVV Richtlinien)

- Kooperation / Partnerschaft (mit Geldfluss):

Stadtbus Winterthur unterstützt Organisationen oder Veranstaltungen. Hierbei findet immer eine Gegenleistung der Organisation oder des Veranstalters statt (z.B. Logoplastierung, Eintrittstickets für Verlosungen, Nennung als Partner, Autogrammstunde der Spieler im Bus). Derzeit und in naher Zukunft sind keine derartigen Kooperationen geplant. Eine Kooperation mit Geldfluss wäre theoretisch im Rahmen von 10 000 bis 20 000 Franken denkbar und sinnvoll.

- Unterstützung mit Sachleistungen:

Stadtbus Winterthur unterstützt insbesondere kleinere Veranstaltungen und Feste mit Sachleistungen (insbesondere vorhandene Give-aways als Tombolapreise, die aus dem vom ZVV finanzierten Marketingbudget bezahlt werden). In diesem Fall hat der Veranstalter keine Gegenleistung zu leisten – mit Ausnahme der Nennung als Unterstützerin.

3 Umsetzung:

Richtlinie für Sponsoring von Stadtbus Winterthur (Beilage I)

3.1 Inhaltliche Vorgaben

- kein Engagement im Bereich politischer Parteien/Gruppierungen, Religionsgemeinschaften oder politischer oder ethisch fragwürdiger Anlässe
- kein Engagement im Bereich von Tabak- und/oder Alkoholprodukten sowie für Kleinkredite
- bei mehreren an einem Anlass involvierten städtischen Stellen ist eine Koordination notwendig, wobei die Interessen der Stadt Winterthur gegenüber denjenigen von Stadtbus Winterthur Priorität haben
- kein Engagement für Einzelpersonen
- kein Engagement ohne relevante Gegenleistung mit üblichem Marktwert
- Spenden werden keine getätigt (Ausnahme: Sachspenden im Sinne von Give-aways)
- Engagements von besonderer politischer Tragweite müssen zwingend dem Stadtrat zur Genehmigung unterbreitet werden
- Die Sponsoringleistungen von Stadtbus Winterthur dürfen zu keiner Beeinträchtigung der öffentlichen Aufgabenerfüllung bzw. zu keiner Verletzung gesetzlicher Vorschriften führen.

3.2 Umsetzung / Dokumentation

Jedes Sponsoringengagement von Stadtbus Winterthur (Gesuch, Zusage, Vertrag, Belege, Fotos, Broschüren) ist zu dokumentieren, zentral bei Stadtbus Winterthur abzulegen und während mindestens fünf Jahren aufzubewahren.

Stadtbus Winterthur führt eine Übersicht über die erfolgten Engagements.

3.3 Kompetenzen

Über Engagements bis zu einem Betrag von 10 000 Franken pro Jahr pro Partner bzw. pro Anlass entscheidet Stadtbus Winterthur, ab 10 001 Franken die Vorsteherin/der Vorsteher DTB. Engagements ab 20 001 Franken pro Jahr bzw. pro Anlass oder von besonderer politischer Tragweite müssen zwingend dem Stadtrat zur Genehmigung unterbreitet werden. Die Kompetenzen für die

Freigabe von finanziellen oder materiellen Gegenleistungen orientieren sich an den Regelungen von SR 18.648-2 bezüglich «Richtlinie für das Sponsoring von Stadtwerk Winterthur».

4 Finanzierung

Die Ausgaben für Sponsoring sind Kosten der Erfolgsrechnung. Sie sind im Budget der Kostenstelle 731001 eingestellt und werden jeweils vom Grossen Gemeinderat im Rahmen des Budgets genehmigt. Im Budget 2024 sind 25 000 Franken für Sponsoring eingestellt. Im Budget 2025 werden 35 000 Franken beantragt.

5 Kommunikation

Es ist keine interne oder externe Kommunikation vorgesehen. Auf eine Medienmitteilung wird verzichtet.

Beilage (nicht öffentlich)

Beilage I: Entwurf «Richtlinie für das Sponsoring von Stadtbus Winterthur»