

Sitzung vom 7. Dezember 2011

1467. Anfrage (Sponsoring der GVZ von Radiowetterberichten)

Die Kantonsräte Jörg Mäder, Opfikon, und Cyrill von Planta, Zürich, haben am 26. September 2011 folgende Anfrage eingereicht:

Die Gebäudeversicherung des Kantons Zürich (GVZ) versichert, wie es ihr Name sagt, die Gebäude im Kanton Zürich. Dabei hat sie in doppelter Hinsicht eine privilegierte Stellung: Zum einen ist jeder Besitzer eines Gebäudes verpflichtet, dieses zu versichern, zum anderen hat die GVZ in diesem Bereich ein gesetzlich festgelegtes Monopol. Von daher ist ihr Kundenstamm gesetzlich definiert und garantiert. Seit einiger Zeit aber sponsert die GVZ die Wetterprognose auf Radio 24. Werbung und Sponsoring werden in der Regel gemacht, um neue Kunden zu gewinnen oder bestehende zu halten; beides Dinge, die die GVZ gar nicht machen muss. Es stellen sich von daher folgende Fragen:

1. Sponsert die GVZ noch andere Medieninhalte
Wenn ja, wo und in welchem Umfang?
2. Schaltet die GVZ auch Werbung und Inserate?
Wenn ja, wo und in welchem Umfang?
3. Welches Ziel verfolgt die GVZ mit diesen Kampagnen?
4. Wie gross sind die entstandenen Kosten, die die (Zwangs-)Kunden mit ihren Gebühren respektive Versicherungspolicen finanzieren?
5. Gibt es noch weitere öffentliche Anstalten, die Gelder in Werbung investieren, obwohl ihnen der Kundenstamm von Gesetz her ganz oder teilweise garantiert ist. Wenn ja, welche?
6. Ist der Regierungsrat gewillt, bei der GVZ (und anderen öffentlichen Anstalten entsprechend der Antwort auf Frage 4) durchzusetzen, dass künftig keine Gelder mehr für Werbung oder Sponsoring verwendet werden, die nicht unmittelbar mit den jeweiligen Kernaufgaben zu tun haben (Beispiel Brandbekämpfung, Prävention im Umgang mit Feuer etc.)?

Auf Antrag der Sicherheitsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Jörg Mäder, Opfikon, und Cyrill von Planta, Zürich, wird wie folgt beantwortet:

Zu Frage 1:

Sponsoring wird als Instrument der Kommunikationspolitik verstanden, das der Erreichung von Marketingzielen dient. Mit Sponsoring sollen insbesondere der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens erhöht und neue Zielgruppen erschlossen werden. Die GVZ betreibt kein Sponsoring von Medieninhalten, um Marketingziele zu erreichen.

Zu Frage 2:

Nein. Die GVZ betreibt keine Werbung und schaltet auch keine Inserate zu Marketingzwecken.

Zu Frage 3:

Ziel der Zusammenarbeit mit dem Wetterwarndienst auf Radio 24 ist die Prävention von Elementarschadenereignissen. Gezielte regionale Wetterprognosen mit Handlungsempfehlungen können einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, Elementarschäden insbesondere an Gebäuden zu verhindern oder zu vermindern. Dies kommt den Bewohnerinnen und Bewohnern von Häusern und Wohnungen direkt zugute, indem sie aktiv Vorkehrungen wie das Einziehen von Storen oder das Schliessen von Fenstern treffen können.

Zu Frage 4:

Für den Wetterwarnservice und die Wetterwarnung werden im Jahr 2011 insgesamt Fr. 84240 ausgerichtet.

Zu Frage 5:

Nein. Von den wirtschaftlich tätigen öffentlich-rechtlichen Anstalten des Kantons Zürich verfügt einzig die GVZ über einen gesetzlich garantierten Kundenkreis.

Zu Frage 6:

Die GVZ als selbstständige öffentlich-rechtliche Anstalt wird nach wirtschaftlichen Grundsätzen selbsttragend, aber nicht gewinnorientiert geführt. Ihr Auftrag und ihre Autonomie ergeben sich aus dem Gesetz. Der Regierungsrat hat keinen Anlass, aufgrund seiner allgemeinen Aufsichtsfunktion verbindliche Handlungsanweisungen für den Einsatz von Geldern für Werbung und Sponsoring vorzugeben, erst recht nicht, wenn das finanzielle Engagement der GVZ, wie vorerwähnt, aus Präventionsgründen erfolgt.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Sicherheitsdirektion.

Vor dem Regierungsrat

Der Staatsschreiber:

Husi