

## Geschäft 3335A

Bericht an den Einwohnerrat vom 14. August 2002

Beantwortung des Postulats Nr. 3335 von Robert Richner, FDP-Fraktion, betreffend Sponsoring von einzelnen Gemeindeleistungen

Ausgangslage

Anlässlich der Einwohnerratssitzung vom 17. April 2002 wurde folgendes Postulat im Wortlaut von Robert Richner mit grossem Mehr an den Gemeinderat zur Beantwortung überwiesen:

*„Antrag: Der Gemeinderat wird gebeten zu überprüfen, wie weit ein Sponsoring von einzelnen Gemeindeleistungen durch Dritte möglich und zulässig ist.*

*Begründung: Die Gemeinde Allschwil erbringt auf verschiedenen Gebieten Leistungen. Sei dies Unterhalt von Sportanlagen oder die Überlassung von Räumlichkeiten usw. Ich stelle mir das Sponsoring in etwa so vor:*

*Die Firma Muster hat der Gemeinde Allschwil das Material (ev. unter Nennung des Betrages) für den Unterhalt des Hallenbades unentgeltlich zur Verfügung gestellt.*

*oder*

*Die Firma Beispiel hat für das Jahr 2003 die Kosten (ev. Unter Nennung des Betrages) für den Unterhalt des Sportplatzes xy übernommen.*

*Aufgrund der aktuellen finanziellen Lage würden Einnahmen aus Sponsoring für die Gemeinde Allschwil ein willkommener Ertrag resp. Aufwandsminderung. Im weiteren könnte das vor allem für in Allschwil ansässige Unternehmen eine interessante Alternative zu „normalen“ Werbung sein. Es ist mir auch bewusst, dass das Sponsoring auch negativ sein kann. Trotzdem sollte es möglich sein, in einzelnen Bereichen ein Sponsoring einzuführen“.*

Hintergrund des Postulats ist also die angespannte finanzielle Situation der Gemeinde und das Bestreben, der Bevölkerung „kostenneutral“ bestmögliche Leistungen anzubieten.

Der Gemeinderat hat sich mit den Fragen und Anregungen des Postulanten eingehend auseinandergesetzt und die Gelegenheit genutzt, einige generelle Überlegungen zur angesprochenen Thematik anzustellen.

Grundsätzliches

Vielfach werden die Begriffe „Sponsoring“, „Spenden / Vergabungen“ und „Marketing“ vermischt bzw. falsch interpretiert:

**Sponsoring** besteht dann, wenn ein Unternehmen Geld bzw. geldwerte Leistungen zur Verfügung stellt, um damit ein Projekt / eine Leistung, die ein anderer erbringt, zu ermöglichen und dadurch einen Prestige-Gewinn für sich selbst zu erzielen. Beispiel: Ein Pharma-Unternehmen finanziert dem Antiken-Museum eine absehbar sehr publikumswirksame Ausstellung über die ärztliche Kunst im alten Ägypten. Die Firma wird im Gegenzug in sämtlichen Publikationen mit Logo und Dank genannt, stellt anlässlich der Vernissage ein Mitglied der Geschäftsleitung als Redner/in, findet lobende Erwähnung in sämtlichen Medien-Berichterstattungen und erhält womöglich Eintritts-Ermässigungen für ihre Mitarbeitenden.

**Spenden / Vergabungen** sind Gelder, die von Privaten bzw. Unternehmen für einen bestimmten Zweck zur Verfügung gestellt werden. Dabei werden – ausser, dass die Mittel auch wirklich zur Erreichung des definierten Ziels in ökonomischer Weise eingesetzt werden müssen – keine weiteren Bedingungen seitens des Spenders / der Spenderin verknüpft. Unter Umständen wird sogar ausdrücklich auf eine Namensnennung verzichtet. (Bekannte Beispiele: Paul Sacher, Familie Oeri usw.)

**Marketing** umfasst mehrere Spezialgebiete – von der Werbung bis zur Öffentlichkeitsarbeit, von der Strategieentwicklung bis zum Verkauf.

### Problematik

Eine Gemeindeverwaltung ist ein „konzurrenzloses Unternehmen“, welches Dienstleistungen erbringt, die nur dort bezogen werden können. Die Einwohnerinnen und Einwohner von Allschwil können, weil das Team der Einwohnerdienste Binningen aus irgendwelchen Gründen sympathischer erscheint, deswegen ihren neuen Pass nicht dort beantragen – es führt kein Weg an der Gemeindeverwaltung Allschwil vorbei! Damit ist auch gesagt, dass jede Verwaltung aufgrund von Gesetzen / Verordnungen zur Erbringung bestimmter Leistungen verpflichtet ist. Dies wird in der Öffentlichkeit klar so wahrgenommen.

Je nach Grösse einer Gemeinde erwarten die Einwohnerinnen und Einwohner zudem, dass ausser den vorher genannten „zwingenden“ Leistungen seitens der Gemeindeverwaltung eine gewisse Infrastruktur zur Verfügung gestellt wird. Oft sind zumindest Teile dieser Infrastruktur Gegenstand von Volksabstimmungen gewesen, beispielsweise die Errichtung eines Schwimmbades, eines Sportplatzes usw. Ist diese Infrastruktur einmal geschaffen, so erwartet die Bevölkerung – oft unter Berufung auf ihre Steuerfranken – mit Recht, dass diese Infrastruktur auch gut unterhalten zur Verfügung steht.

Daraus kann abgeleitet werden, dass Dienstleistungen dieser Art von der Gemeinde zu tragen sind und sich „auch aus Sicht möglicher Geldgeber“ – nicht für Sponsoring eignen.

### Erwägungen

Unter Berücksichtigung der vorstehenden Überlegungen folgt hier eine (unvollständige) Liste von Möglichkeiten der Mittelbeschaffung via Sponsoring bzw. Marketing-Massnahmen:

Anlässe	Periodisch wiederkehrende Anlässe wie zum Beispiel der Neujahrs-Apéro, die Bundesfeier usw. - könnten finanziell oder durch Sachleistungen unterstützt werden.
Event-Sponsoring	Der finanzielle Aufwand des "Tag der offenen Tür der Regiebetriebe" konnte durch Sponsoring halbiert werden. Da es sich bei diesem Auftritt der Gemeinde in der Öffentlichkeit um einen einmaligen und aussergewöhnlichen Anlass handelte, konnten mehrere Sponsoringpartner gewonnen werden.
Öko-Sponsoring	Ein entsprechender Sponsoringpartner könnte im ökologischen Bereich der Gemeinde Allschwil auftreten. <ul style="list-style-type: none"> <li>· Unterstützung des Kompostierkurses (inkl. Präsenz auf Beschriftungen und in den Medien usw.)</li> <li>· Unterstützung Bring- und Holtag (s. auch Anlässe)</li> <li>· Unterstützung Unterhalt von Weihern und Naturschutzgebieten</li> </ul>
Kulturelles Sponsoring	Unterstützungsleistungen für die Gestaltung und Durchführung von Schultheatern, JMS-Aktivitäten usw. sind denkbar und werden auch schon praktiziert (Beispiel hierfür: Produktion „Die Elfenkönigin“ der JMS).
Naming	Eine Einrichtung der Gemeinde Allschwil erhält einen Namen, welcher mit einem Exklusivsponsor in Verbindung steht. Anlässlich dieser Massnahme könnte die Gemeinde Allschwil auf dem Sportsektor aktiv werden. (z.B. Sponsoring Finnenbahn usw.) <p>Durch Naming liesse sich ev. auch ein Anlass sponsorn. Hierbei muss jedoch darauf geachtet werden, dass das Image der Gemeindeverwaltung Allschwil nicht beeinträchtigt wird.</p>
Internetvermarktung	Die Homepage der Gemeindeverwaltung Allschwil wird wöchentlich über 1'000 mal angewählt. Diese positive Bilanz macht eine Vermarktung des

	Internetauftrittes der Gemeinde Allschwil interessant. Bei sämtlichen Vorhaben muss jedoch berücksichtigt werden, dass der attraktive und benutzerfreundliche Internetauftritt mit der Platzierung diverser Werbemassnahmen nicht zerstört wird (Unleserlichkeit, lange Wartezeiten, zu bunte und im Übermass animierte Seiten wirken unseriös).
Dokumentationen	Die Finanzierung des Infokalenders zeigt, dass mittels Inseratverkauf Gelder erwirtschaftet werden können. Diesbezüglich könnten auch andere Dokumentationen wie zum Beispiel das All-Info, die Wandzeitung in den Schaukästen, Allschwil auf einen Augenblick, die Wirtschaftsbroschüre usw. wohl dosiert bearbeitet werden. Unter Berücksichtigung des Seriositätsfaktors muss auf die Anwendung dieser Methode beim Amtsbericht verzichtet werden.
Werbeflächen	Theoretisch könnten an der Fassade des Gemeindezentrums, an anderen Gemeindebauten und auf Gemeindefahrzeugen Werbetafeln angebracht werden und an Interessenten für Eigenwerbung periodisch verkauft werden (unter Berücksichtigung des Reglements über Reklameeinrichtung).  Davon sieht der Gemeinderat aus Identifikationsgründen jedoch ab.
Bandenwerbung	Auf dem Gartenhofareal wäre der Einsatz von Bandenwerbung denkbar.

Grundsätzlich gilt es bei der Erwirtschaftung von „Zusatzgeldern“ folgendes zu beachten:

- Jegliche Massnahme muss mit dem Gesamtbild der Verwaltung und dem des Partners vereinbar sein und thematisch eingehend geprüft werden. Keinenfalls dürfen die Bestrebungen das Image der Gemeinde oder das des Partners beeinträchtigen. Der Bevölkerung dürfen aus sämtlichen Aktivitäten keine Nachteile erwachsen.
- Die Erwirtschaftung von Sponsoringbeiträgen ist immer von der Wirtschaftslage und deshalb vom Goodwill des Sponsoringpartners abhängig.

### Schlussfolgerung

Aus den oben erwähnten Überlegungen lässt sich schliessen, dass Sponsoring- und Marketingmassnahmen von der Gemeindeverwaltung Allschwil nur begrenzt und gezielt eingesetzt werden können.

Der Gemeinderat wird die Anwendung in jedem Einzelfall sorgfältig prüfen.

Anträge

Gestützt auf die oben erwähnten Ausführungen beantragt Ihnen der Gemeinderat

### zu beschliessen:

1. Von der Überprüfung und den Überlegungen des Gemeinderates zum Postulat Nr. 3335 „Sponsoring von einzelnen Gemeindeleistungen,“ wird Kenntnis genommen.
2. Der Gemeinderat wird beauftragt, die Anwendung von Sponsoring im Einzelfall zu prüfen und anzuwenden.
3. Das Postulat Nr. 3335 wird als erledigt abgeschrieben.

### GEMEINDERAT ALLSCHWIL

Die Präsidentin: Der Verwalter:

Ruth Greiner Max Kamber