

0910 Motion (jfk) "Kreiselsponsoring – Eine neue Form des Public-Private-Partnership (PPP)"

Abschreibung; Direktion Planung und Verkehr

Bericht des Gemeinderates

Der Vorstoss wurde als Motion eingereicht und am 17. August 2009 vom Parlament als Postulat erheblich erklärt.

1. Ausgangslage

Das Postulat fordert, eine Bedürfnisabklärung bei ortsansässigen Betrieben bezüglich Sponsoring von künstlerischen Gestaltungen und/oder Bepflanzungen von Verkehrskreiseln der Gemeinde Köniz durchzuführen. Die Gestaltung der Verkehrskreisel hat zum Ziel, das Ortsbild attraktiver zu gestalten und dem Wunsch nach einer "farbigen" Gemeinde zu entsprechen, ohne das Gemeindebudget zusätzlich zu belasten.

Die Diskussion im Parlament verlief entlang der Themen Verkehrssicherheit und Werbeauftritte. Die zuständige Direktion Planung und Verkehr hat deshalb zu diesen Themen mit Frau Friederike Schmid (combyart.ch) eine Fachperson angehört, die sich seit über 10 Jahren intensiv mit Kreiselgestaltungen und deren Finanzierung mittels Sponsoring auseinandersetzt. Sie erarbeitet für Gemeinden und Kantone erfolgreich Gestaltungs- und Sponsoringkonzepte. Sie hatte u.a. die Leitung bei dem in der Vorstossbegründung positiv erwähnten Projekt in Bützberg inne. Am 18. Mai 2010 hielt sie ein Referat im Gemeindehaus vor Vertreterinnen und Vertretern interner Fachstellen, welche mit dem Thema konfrontiert sind. Der Erstunterzeichner wurde ebenfalls eingeladen, konnte jedoch an der Veranstaltung nicht teilnehmen.

2. Kreiselgestaltung ist Bestandteil des Ortsmarketings

Wie die Umfrage der „jungfreisinnigen köniz“ bei der Bevölkerung ergeben hat, sind Kreiselgestaltungen ein auf breites Interesse stossendes Thema. Der Gemeinderat legt in seiner Antwort vom 3. Juni 2009 dar, dass das Thema landesweit kontrovers diskutiert wird.

Kreisel werden als Verkehrsmittelpunkt wahrgenommen, prägen einen Kreuzungsbereich und somit die wichtigen Orte der Gemeinde. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob es sinnvoll ist, jeden Kreisel individuell und auffällig zu gestalten. Es entsteht ein zufälliges und uneinheitliches Bild im Strassenraum mit beschränkter Aussagekraft.

Kreiselgestaltungen als Elemente des öffentlichen Raumes sind ganzheitlich zu betrachten und bilden einen Bestandteil des Ortsmarketings. Bevor allfällige Sponsoren angegangen und einzelne Projekte realisiert werden, gilt es zu klären, wie die Gemeinde Köniz wahrgenommen werden will. Welche Signale sollen ausgesendet werden? Wenn schon das Thema bearbeitet werden soll, ist der Grundsatz, ob die Kreisel in der Gemeinde Köniz eine Botschaft mit einem verbindenden roten Faden vermitteln sollen, zu klären, bevor einzelne Projekte gestartet werden. Dieser verbindende rote Faden dient der Identitätsbildung und muss Teil des Standortmarketings sein.

3. Kreiselsponsoring mit hohen Qualitätsansprüchen

Der Gemeinderat hat im Leitbild hohe Ansprüche an die Gestaltung der öffentlichen Räume gestellt. Es liegt deshalb auf der Hand, dass mit einem entsprechenden Sponsoring der städtebaulichen Integration der Kreisel unter dem Aspekt des Standortmarketings besondere Beachtung zu schenken ist. In der Vorstossbegründung wird dieser Aspekt wie folgt umschrieben: *„Das Kreiselsponsoring führt dank individuell gestalteten Kreiseln zu einem attraktiveren Ortsbild und erfüllt den Wunsch der Bewohner nach einer "farbigeren" Gemeinde ohne das Gemeindebudget zusätzlich zu belasten.“*

Um diesen Qualitätsansprüchen genügen zu können, müssten Grundlagen erarbeitet und ein entsprechendes Konzept entwickelt werden. Diese Arbeit hätte durch externe Fachleute zu erfolgen, innerhalb der Verwaltung fehlen die dazu nötigen Personalressourcen. Entsprechend wäre ein Drittauftrag auszuschreiben und ein externes Mandat zu vergeben. Erfahrungswerte zeigen, dass dafür pro Kreisel Fr. 15'000.-- bis Fr. 30'000.-- aufgewendet werden müssen, die später voraussichtlich nicht in den Gesamtkosten den Sponsoren überwältzt werden können.

4. Regelungen/Konzept/Verträge

Die in Kapitel 2 und 3 beschriebenen Elemente des Ortsmarketings und der Qualitätsansprüche sowie das gewählte Vorgehen mittels eines Verfahrens zur Qualitätssicherung (z.B. Wettbewerb), müssen in einem ersten Schritt konzeptionell geklärt sein, bevor eine Bedürfnisabklärung bei den Betrieben stattfinden kann. Damit werden die Spielregeln definiert, welche es den Betrieben ermöglicht, das Potenzial eines Sponsorings abzuschätzen. Erst mit dieser Grundlage kann mit dem eigentlichen Prozess gemäss der Aufzählung in Kapitel 3 begonnen werden. Danach sind Verträge abzuschliessen, welche Fragen der Haftung, des Unterhalts sowie bei Konkurs oder Verkauf der Firma und des Rückbaus regeln.

5. Umfrage

Wie im Vorstoss angeregt, hat der Gemeinderat bei 16 ortsansässigen Firmen eine Umfrage betreffend Kreiselsponsoring durchgeführt (Auswahl in Zusammenarbeit mit Standortmarketing, mittel- grosse Unternehmen aus Gewerbe und Industrie). 10 Fragebögen sind zurückgeschickt worden darin haben drei Firmen ihr Interesse an Kreiselsponsoring geäussert. Dabei wird die These gestützt, dass die in Ziffer 4 erwähnten Grundlagen vorhanden sein müssen, bevor sich eine Firma tatsächlich im Thema engagieren will (Auswertung in den Beilage 2).

6. Erfahrungen aus Langenthal und dem Kanton Solothurn

Die **Stadt Langenthal** reagiert auf Initiativen von Firmen und Privatpersonen. So sind Kreiselgestaltungen aus Firmenjubiläen („Plättlikreisel“) oder privaten Objektleihgaben („Schang Hutter Kreisel“) entstanden. Beim „Motorexkreisel“ handelt es sich um Sponsoring mit dem entsprechenden Vertrag, alle anderen Objekte werden von der Stadt unterhalten. Dieses Vorgehen kostet die Stadt im Vergleich zum herkömmlichen Kreiselmanagement etwas mehr, auch der Arbeitsaufwand für die Verwaltung ist grösser. Im Gegenzug werden Identität und lokale Bezüge geschaffen, so die Einschätzung der zuständigen Person. Nicht alle Begehren werden jedoch erfüllt, Wünsche nach grossflächigen Firmenlogos wurden abgewiesen. Auch sind nicht alle Gestaltungen von gleicher Qualität. Dies bewirkt neben Diskussionen um das Erscheinungsbild teilweise auch höhere Unterhaltsaufwendungen zu Lasten der Stadtverwaltung.

Auf Kantonsstrassen des **Kantons Solothurn** wird wie folgt vorgegangen:

Firmen melden ihr Interesse bei den Gemeinden an. Besteht zwischen Firma und Gemeinde Konsens, muss die Firma ein Gesuch beim Kanton (AVT) einreichen. Es gibt einen Kriterienkatalog, mit dem die Gestaltung des Kreisels beurteilt wird. Als Eigenwerbung ist nur das Sujet und der Firmenname und - logo zugelassen. Wird das Projekt als gut befunden, wird mit der Firma ein Konzessionsvertrag ausgehandelt. In der Regel werden langfristige Verträge (10 und mehr Jahre) ausgehandelt mit einer Jahresgebühr von Fr. 1'000.--. Diese Gebühr wird auf die Laufzeit des Vertrages kapitalisiert und zusammen mit einer Grundgebühr von Fr. 1'000.- einmalig im ersten Jahr vereinnahmt.

Der Unterhalt geht zu Lasten des Konzessionärs, dito der Rückbau. Neugestaltungen innerhalb der Konzessionsdauer sind bewilligungspflichtig mit Gebühr von Fr. 1'000.--.

Persönliche Beurteilung Stefan Niggli (Projektmanagement Kreis I Amt für Verkehr und Tiefbau des Kt. Solothurn):

- Der Kanton kann sich bei den Unterhaltsarbeiten entlasten. Die Gebühr deckt in etwa die Kosten, lukrativ ist die Sache aber nicht.
- Im Einzelfall stellen sich oft heikle Beurteilungen, ob die Gestaltung noch den Anforderungen des Strassenverkehrsgesetzes entspricht oder nicht und die Gleichbehandlung ist oft nicht gewährleistet.
- Der Kanton verfügt zwar über eine Kriterienliste zur Beurteilung der Projekte, ein Gestaltungskonzept besteht aber nicht. Auf Gemeindeebene müsste man das aber haben, damit ein Corporate Identity geschaffen werden kann.

7. Fazit

Der Gemeinderat beantragt dem Parlament, auf die Erstellung eines Konzeptes für Kreiselsponsoring zu verzichten, weil:

- das Vorgehen mittels eines Konzeptes zuerst geklärt werden muss, damit den Betrieben eine Entscheidungsgrundlage zur Verfügung steht;
- diese Vorarbeiten extern erarbeitet werden müssen und damit Kosten verursacht werden;
- die Aufwendungen für die Konzepterarbeitung, Sponsorensuche, Wettbewerbsteilnahme und Vertragsabschlüsse in jedem Fall von der Gemeinde geleistet werden müssen und dazu weder die personellen noch die finanziellen Mittel vorhanden sind. Es handelt sich dabei um die Erfüllung einer neuen Aufgabe;
- der Gemeinderat Zweifel hat, ob das Interesse der Betriebe immer noch vorhanden ist, wenn die Rahmenbedingungen betreffend Vorgehen und Verkehrssicherheit bekannt sind;
- es auch mit einem Sponsoring von Kreiselgestaltungen in der Bevölkerung keinen Konsens darüber geben wird, ob eine neue Gestaltung nun „schön“ ist oder nicht;
- der Gemeinderat den aktuellen Handlungsdruck für Verbesserungen in diesem Bereich bei der Bevölkerung als eher gering einschätzt.

Laut Art. 53 Geschäftsreglement des Parlamentes ist der Gemeinderat verpflichtet, auf ein Postulat des Parlaments mit einem Prüfungsbericht zu antworten. Dieser liegt hiermit vor.

Antrag

Der Gemeinderat beantragt dem Parlament, folgenden Beschluss zu fassen:

1. Das Postulat wird abgeschrieben.

Köniz, 25. Mai 2011

Der Gemeinderat

Beilagen

1. Vorstosstext und Antwort des Gemeinderates vom 3. Juni 2009
2. Auswertung Umfrage Kreiselsponsoring

Parlamentssitzung 17. August 2009

Traktandum 11

0910 Motion (jfk)

"Kreiselsponsoring – Eine neue Form des Public-Private-Partnership (PPP)"

Beantwortung; Direktion Planung und Verkehr

Vorstosstext

Der Gemeinderat wird beauftragt bei ortsansässigen Firmen eine Bedürfnisabklärung vorzunehmen und bei entsprechend positiven Reaktionen ein Konzept für ein Kreiselsponsoring zu erarbeiten und umzusetzen.

Begründung

Ende 2007 haben die jungfreisinnigen köniz (jfk) eine Umfrage bei der Könizer Bevölkerung durchgeführt. Dabei hat sich eine grosse Zahl an Einwohnern dahingehend geäussert, dass das Ortsbild zu grau sei. Insbesondere wurden das Dorfzentrum und die verschiedenen Kreisel als Hauptpunkte genannt.

Die attraktive Gestaltung eines Kreisels ist ohne Zweifel eine Herausforderung und bringt je nach Art der Gestaltung erhebliche Folgekosten (Pflege, Unterhalt und allfällige Reparaturen) mit sich. In der Schweiz und im nahen Ausland sind Gemeinden und Städte daher dazu übergegangen, die Gestaltung von Verkehrskreiseln durch ein Sponsoring ortsansässiger Firmen zu finanzieren. Beispiele dafür sind die Gemeinden Langenthal und Bützberg sowie in Deutschland die Städte Köln und Bonn.

Das Kreiselsponsoring führt dank individuell gestalteten Kreiseln zu einem attraktiveren Ortsbild und erfüllt den Wunsch der Bewohner nach einer "farbigeren" Gemeinde ohne das Gemeindebudget zusätzlich zu belasten. Mit der Umsetzung eines Kreiselsponsorings könnte der Gemeinderat eine neue Form des Public-Private-Partnership (PPP) auch in Köniz einführen und somit den Ruf der Gemeinde als innovativer und gewerbefreundlicher Standort zusätzlich festigen.

Eingereicht

9. Februar 2009

Unterschrieben von 13 Parlamentsmitgliedern

Daniel Oester, Bernhard Bichsel, Heinz Engi, Hanspeter Kohler, Peter Antenen, Mark Stucki, Thomas Herren, Evelyn Bühler, Christian Balz, Brigitta Matter, Markus Stähli, Valentin Lager, Ignaz Caminada

Antwort des Gemeinderates

Die Motion betrifft inhaltlich einen Bereich (Bedürfnisabklärung eines Kreiselsponsorings und allfällige Erarbeitung eines Konzeptes), der in der ausschliesslichen Kompetenz des Gemeinderates liegt. Der Motion kommt deshalb der Charakter eines Postulates zu.

In der Gemeinde Köniz existieren insgesamt 20 signalisierte Kreisel davon sind 11 im Besitz des Kantons und 9 der Gemeinde (Liste Beilage 1). Die Idee des Kreiselsponsorings ist nicht neu und wird kontrovers diskutiert (Artikel aus der Tagespresse Beilagen 2 + 3).

Die gesetzlichen Grundlagen, Urteile des Bundesgerichtes

Falls ein Unternehmen mit dem Kreisel, den es gestaltet, eine Werbewirkung erzielen möchte, so entsteht ein Konflikt mit dem Strassenverkehrsrecht:

Das Strassenverkehrsgesetz (SVG) Art. 6 Abs. 1 verbietet im Bereich der für Motorfahrzeuge oder Fahrräder offenen Strassen Reklamen und andere Ankündigungen, die zu Verwechslungen mit Signalen oder Markierungen Anlass geben oder sonst, namentlich durch Ablenkung der Strassenbenützer, die Verkehrssicherheit gefährden könnten.

Die Signalisationsverordnung (SSV) präzisiert im Kapitel 13, Art. 95 - 100, dass Strassenreklamen untersagt sind, die die Verkehrssicherheit beeinträchtigen, mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden oder durch ihre Ausgestaltung deren Wirkung herabsetzen könnten. Diese Bestimmung enthält zudem eine detaillierte, aber nicht abschliessende Aufzählung, wo oder in welchen Fällen dieses Verbot anwendbar ist.

In zwei Urteilen (30. Juli 2007, 2A.112/2007 und 30. Oktober 2002, 2A.204/2002) hält das Bundesgericht fest, dass die Verkehrssicherheit bei der Strassenraumgestaltung erste Priorität genießt.

Im Urteil 2A.112/2007 wurde in der Erwägung 3.3 festgehalten:

"Grundsätzlich misst das Bundesgericht bei der Anwendung von Art. 6 Abs. 1 SVG bzw. von Art. 96 SSV dem Aspekt der Verkehrssicherheit unter Berücksichtigung des gesetzgeberischen Willens im Verhältnis zu wirtschaftlichen Interessen grosses Gewicht bei. Es bestätigt die Kantone in ihren Bemühungen, bei der Bewilligung von Reklamen eine strenge Praxis zu handhaben. Bereits eine potentielle Beeinträchtigung oder eine entfernte, nicht einmal in der Regel eintretende mittelbare Gefährdung reicht aus, um die Verkehrssicherheit beeinträchtigen zu können, wie sich bereits aus dem Gesetzestext von Art. 6 Abs. 1 SVG ("beeinträchtigen könnten") ergibt und nunmehr auch in der geltenden Fassung von Art. 96 Abs. 1 SSV zum Ausdruck kommt."

Haltung des Kantons

Wie bereits erwähnt, ist der Kanton im Besitz der Mehrheit der Kreisel auf dem Gemeindegebiet von Köniz, er wurde um eine kurze Stellungnahme zum Thema angefragt:

"Kreiselgestaltungen gehören in einen städtebaulichen Gesamtkontext, entsprechend wurden auch die Bauwerke in der Gemeinde Köniz ausgeführt. Für den Oberingenieurkreis II kommt Kreiselsponsoring nur dann in Frage, wenn kein Firmenschriftzug erkennbar ist. So ist denkbar, dass gezielte künstlerische Interventionen gesponsert werden, sie müssen allerdings den Anforderungen der Verkehrssicherheit und des Städtebaus entsprechen. Der Oberingenieurkreis II sieht bei den bestehenden, dem Kanton gehörenden Kreiseln auf dem Gemeindegebiet der Gemeinde Köniz bezüglich Gestaltung keinen Handlungsbedarf. Die geforderte Neukonzeption mit Sponsoring wird daher nicht unterstützt".

Problemfelder in der Umsetzung

In der Motionsbegründung werden die Vorteile des Kreiselsponsorings mit der Gestaltung des öffentlichen Raumes sowie der finanziellen Entlastung der Gemeinde herausgestrichen. Im Grundsatz sind diese Argumente nachvollziehbar, bei der Umsetzung stellen sich allerdings einige Problemfelder:

Wann wird die Verkehrssicherheit gefährdet?

Die Einschätzung, ob bei einem Kreiselauftritt einer Firma die Verkehrssicherheit gewährleistet ist, kann nur nach weichen Kriterien beurteilt werden, der Ermessensspielraum ist gegeben. Das Bundesgericht argumentiert im Urteil 2A.204/2002 so:

"Der Begriff der möglichen Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit ist ein unbestimmter Rechtsbegriff, der seinen Inhalt aus dem Sinn und Zweck der Vorschrift sowie der Stellung im Gesetz und im Rechtssystem gewinnt. Der Behörde, die einen solchen Begriff anzuwenden hat, ist ein gewisser Beurteilungsspielraum eingeräumt. Das Bundesgericht prüft deshalb die Begriffsauslegung nur mit Zurückhaltung, insbesondere soweit örtliche oder technische Verhältnisse zu würdigen sind, worüber die lokalen Behörden in der Regel bessere Kenntnisse haben. Besondere Zurückhaltung ist geboten, wenn die entscheidenden Fragen der Rechtsanwendung mit der Frage der vorinstanzlichen Sachverhaltsfeststellung verflochten sind, was bei der Beurteilung von Belangen der Verkehrssicherheit im Zusammenhang mit dem Anbringen von Reklamen ausgeprägt der Fall ist."

Was ist ein "schöner" Kreisel?

Die Beurteilung, ob ein Kreisel gefällt oder nicht ist individuell, ein breiter Konsens darüber dürfte kaum zu erreichen sein. In der Motionsbegründung wird dieser Punkt angesprochen " ist ohne Zweifel eine Herausforderung". Auch hier sind ausschliesslich weiche Kriterien massgebend, eine abschliessende Antwort auf diese Frage gibt es nicht.

Eine Firma geht in Konkurs, wird übernommen, zügelt weg usw.

Das Wirtschaftsleben ist bekanntlich stets im Wandel, Firmen gehen, kommen, werden übernommen, Namen ändern, Logos werden angepasst (z.B. Swiscom) usw. Der Kreisel bleibt als Bauwerk bestehen und damit die Aufgabe, die Verkehrssicherheit zu gewährleisten sowie für den Unterhalt zu sorgen. Es muss damit gerechnet werden, dass die personellen Aufwendungen für diesen Bereich, insbesondere wenn mehrere Kreisel gesponsert werden, gross sein wird.

Umstellung der Linie 10 auf Trambetrieb, Tramverlängerung nach Klein-Wabern

Wird die Tramlinie nach Köniz und die Verlängerung nach Kleinwabern gebaut, werden von den insgesamt 20 Kreiseln 8 eine komplette Neugestaltung erfahren. Ein Kreiselsponsoring kommt mit einem Trambetrieb kaum mehr in Frage.

Personalkapazität

Das PPP System ist auf den ersten Blick bestechend: Die Partner bezahlen, die Gemeinde spart. Es ist davon auszugehen, dass der gesamte Prozess (in der Motion wird ein Konzept verlangt) erhebliche personelle Ressourcen binden wird. Diese stehen nicht zur Verfügung, ein entsprechender Auftrag müsste extern vergeben werden. Es stellt sich dann die Frage, ob die Gemeinde insgesamt unter dem Strich nicht mit höheren Aufwendungen rechnen muss, als wenn sie die Kreisel selber gestaltet und unterhält.

Fazit

Von den insgesamt 20 Kreiseln in der Gemeinde Köniz werden potenziell 8 durch neue Tramlinien neugestaltet, davon sind 2 in Gemeindebesitz. Es kommen 7 Gemeindegreisel in Frage, welche heute bereits individuell gestaltet, finanziert und gebaut sind. In ein paar Jahren wird beim Zieglerspital ein weiterer Kreisel hinzukommen, er wird überfahrbar sein und eignet sich daher nicht für einen Auftritt.

Wie dem Artikel des Tages-Anzeigers entnommen werden kann, wird die Debatte auch in anderen Landesteilen geführt. Im Artikel der Berner Zeitung werden die zurückhaltenden Berner Behörden als "verklemmt" bezeichnet. Diese beiden Positionen zeigen das Diskussionspotenzial des Themas deutlich auf. Vor diesem Hintergrund will der Gemeinderat (auch aus Kapazitätsgründen), auf die Neukonzeption der bestehenden Kreisel im Gemeindebesitz verzichten. Der nächste neu zu erstellende Kreisel, der sich für ein Sponsoring eignen könnte, entsteht voraussichtlich an der Bondelistrasse in Wabern. Der Gemeinderat ist bereit, bei künftigen Kreiselsvorhaben auf Gemeindestrassen das Anliegen eines Sponsorings zu prüfen.

Auf der Grundlage des Geschäftsreglements Art. 60. Abs. 3 des Parlaments beantragt der Gemeinderat dem Parlament, über den Vorstoss getrennt Beschluss zu fassen (bestehende - und neu zu erstellende Kreisel):

Antrag

Der Gemeinderat beantragt dem Parlament, folgenden Beschluss zu fassen:

1. Die Motion wird in Bezug auf die bestehenden Kreisel abgelehnt.
2. Die Motion wird in Bezug auf die neu zu erstellenden Kreisel als Postulat erheblich erklärt.

Köniz, 3. Juni 2009

Der Gemeinderat

Beilagen

- Liste der Kreisel in der Gemeinde Köniz
- Artikel im Tagesanzeiger vom 18. April 2009
- Artikel in der Berner Zeitung vom 12. Mai 2009



Urs Reischmann
DZ Leiter a.i.

Tel. 031 970 94 03
Fax 031 970 92 11
urs.reischmann@koeniz.ch

Köniz, 4. Mai 2009 rei

Kreisel	Kanton	Gemeinde	Umgestaltung bei Trambetrieb
Wangental			
Hallmattstrasse 1	X		
Hallmattstrasse 2	X		
Riedmoosstrasse		X	
Bauhaus		X	
Mühlestrasse/Wangentalstrasse		X	
Köniz/Schliern			
Landorfstrasse		X	
Sägestrasse		X	
Muhlernstrasse/Schliern	X		X
Muhlernstrasse/Köniz Schloss	X		X
Bläuackerplatz	X		X
Brühlplatz	X		X
Liebfeld			
Neuhausplatz	X		
Turnierstrasse	X		
Hessstrasse		X	X
Bündenackerstrasse		X	X
Steinhölzli		X	
Bellevuestrasse		X	
Wabern			
Seftigenstrasse/Eichholzstrasse	X		
Seftigenstrasse/Weyerstrasse	X		X
Seftigenstrasse Maygut	X		X
Total 20 Kreisel in der Gemeinde Köniz	11	9	8

Werbung in den Kreiseln lenkt die Autofahrer ab

Von Roger Keller. Aktualisiert am 17.04.2009

Verkehrskreisel sollen nicht nur künstlerische Akzente setzen, sondern auch als Reklameflächen dienen können. So will es der Kanton. Laut Experten ist das Unsinn – oder sogar illegal.



Der «Microsoft-Kreisel» in Wallisellen soll im Zürcher Strassengesetz legalisiert werden – die Frage bleibt, wie stark die Ablenkung für Autofahrer ist.

Bild: Peter Lauth

Obwohl das Geld zurzeit reichlich wie noch nie in den Strassenfonds fliesst, spricht die Volkswirtschaftsdirektion von Rita Fuhrer (SVP) von «knapper werdenden Mitteln im Strassenwesen». Damit rechtfertigt sie eine neue Einnahmequelle: Der Kanton und die Gemeinden sollen sich Verkehrskreisel ganz oder teilweise von Privaten sponsern lassen können. Im Gegenzug können sie den Geldgebern dann Werbeflächen in den Kreiseln zur Verfügung stellen. Zum Teil wird das heute schon gemacht – neu soll diese Art von Werbung im Strassengesetz aber ausdrücklich erlaubt werden.

Hersche: «Werbung will ablenken»

Die Neuerung wird vor allem jene Gemeinden freuen, die sich darauf spezialisiert haben, bei Kreiseln einen unbändigen Gestaltungswillen an den Tag zu legen und an diesem Ort ihr kulturelles Selbstverständnis zu zelebrieren. Verkehrsfachleute hingegen überkommt ein Grauen: «Eine völlige Schnapsidee» sei es, Werbung oder besonders auffällige Skulpturen ausgerechnet in Kreiseln zuzulassen, sagt zum Beispiel der Sicherheits- und Verkehrsexperte Bruno Hersche.

Der frühere Chef der Zürcher Autobahnpolizei sagt auch klar, weshalb Werbung an Kreiseln seiner Ansicht nach «indiskutabel» ist: «Die Idee der Werbung ist es, dass man sie anschaut. Sie will die Leute ablenken. Ein Kreisel ist der dümmste Ort dafür – dort sollten sich die Autofahrer konzentrieren und nicht ablenken lassen.» Hersche kritisiert auch die «künstlerischen» Gestaltungen vieler Kreisel: Eine abstrakte Skulptur möge angehen, aber alles andere sei zu viel und lenke nur ab.

Kampfjet als Kreiselschmuck

Auch der St. Galler Verwaltungsrechtsdozent René Schaffhauser kritisiert die in den letzten Jahren lockerer gewordene Bewilligungspraxis bei Strassenreklamen an Haupt- und Nebenstrassen. In einer Publikation im «Jusletter» bezeichnet er ausdrücklich auch üppig gestaltete Kreisel als Gefahren. Er äussert seine Verwunderung über Gemeinden, die keine andere Möglichkeit mehr sähen, ihre «Kunstförderung sonst zur Geltung zu bringen». Die österreichische Stadt Tulln an der Donau hat zum Beispiel gar einen ausrangierten Kampfjet in einem Kreisel aufgerichtet. Solche Möbilierungen des Strassenraums seien verkehrgefährdender als der nicht erlaubte Schriftzug in angemessener Distanz zu einer Autobahn.

Bei Autobahnen hält Schaffhauser das Reklameverbot aus Gründen der Verkehrssicherheit für nicht verhältnismässig, weil es sich dort um entmischten Verkehr handle. Umso stossender sei es im Vergleich dazu, wie die Werbung ausgerechnet im weit gefährlicheren durchmischten Verkehr toleriert werde – also dort, wo die Automobilisten auch auf Fussgänger und Velofahrer achten müssen. Schaffhauser stört, dass die Kantone die einen Reklamen als ablenkend betrachten und andere nicht. Er zielt damit auf die oft ausufernde Werbung zu Wahlen und Abstimmungen, aber auch auf Plakate zur Verkehrserziehung: Diese Werbung ziehe die Blicke genauso auf sich wie kommerzielle Reklamen.

«Verstoss gegen die Signalisationsverordnung»

Bruno Hersche geht noch weiter. Seiner Ansicht nach widerspricht Werbung an Kreiseln der Signalisationsverordnung des Bundes. Dort heisst es, Strassenreklamen seien nicht erlaubt, wenn sie die Verkehrssicherheit «beeinträchtigen könnten» und das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmer «erschweren», besonders «im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen oder Ausfahrten». Nach Ansicht von Hersche trifft das auf Reklamen in Kreiseln ohne Weiteres zu.

Die Bundesvorschriften könnten also bedeuten, dass der Sponsoring-Passus im Zürcher Strassengesetz dem übergeordneten Recht widerspricht. In der Direktion Fuhrer sieht man das erwartungsgemäss anders. Laut Anselm Schwyn, Mediensprecher des Amtes für Verkehr, besteht «kein Widerspruch zum übergeordneten Recht». Die Reklamen seien jeweils im Einzelfall auf ihre Verkehrsgefährdung hin zu prüfen. Und es sei ja nicht vorgesehen, grosse Plakate oder Leuchtreklamen zu erlauben: «Bei einem einfachen Namenszug zum Beispiel ist es weit hergeholt zu behaupten, das lenke mehr ab als alle anderen Einflüsse im Strassenverkehr.» (Tages-Anzeiger)

Erstellt: 17.04.2009, 22:44 Uhr

REGION

Kreiselsponsoring: «Das zeigt, wie verklemmt Bern ist»

Von Selina Morell. Aktualisiert am 12.05.2009

Vor 13 Jahren bekannte sich der Werber Lahor Jakrlin als eifriger Verfechter des Kreiselsponsorings: Er wollte auf dem Kreisel im Bärengraben werben. Heute ist das Thema wieder aktuell, und Jakrlins Standpunkt ist derselbe.



Eine Nacht-und-Nebel-Aktion: Die Werbeagentur Fruitcake hat das Verbot für Kreiselsponsoring auf dem Bärengrabenkreisel festgehalten.

Bild: Fruitcake/zvg

Herr Jakrlin, 1996 stand der Bärengrabenkreisel im Zentrum der Kreiseldebatte. Welche Rolle spielten Sie dabei?

Lahor Jakrlin: Damals wurde dort ein Kreisel gebaut: Es entstand eine runde Rampe aus Teer. Es sickerte durch, dass diese ästhetische Katastrophe 50'000 Franken kostete. In diesem Zusammenhang diskutierten wir auf der Agentur über ein Kreiselsponsoring und nahmen mit der Stadt Kontakt auf. Wir hatten einen bekannten Kunden, der fürs Anbringen des Markenlogos 50'000 Franken pro Jahr bezahlt hätte. Doch von offizieller Seite kam ein Njet sinngemäss: «So etwas haben wir hier in Bern nicht nötig» oder «Wir mögen keine Werbung». Da haben wir der Verwaltung die Arbeit abgenommen

und in einer Nacht-und-Nebel-Aktion den Schriftzug «Werben verboten» auf dem Bärengrabenkreisel angebracht.

Und wieso taten Sie das?

Mit Dummheit finde ich mich nun mal am liebsten kreativ ab. Ausserdem hatten wir Spass. Ich nenne das «Unternehmer-Ungehorsam». Die Kollegen aus Zürich fanden es unisono super. Das zeigt wieder einmal, wie verklemmt Bern doch ist.

Wieso ist Werbung im Kreisel immer noch ein Tabu?

Zuerst muss man sehen, dass Werbung ein Kind der Wirtschaft ist. Doch Aussenwerbung unterliegt der Kontrolle der Verwaltung, und in Bern hat diese ein krankhaftes Verhältnis dazu. Behörden haben grundsätzlich wenig Gespür für Bedürfnisse der Wirtschaft. Sie mischen sich in Belange ein, von denen sie nichts verstehen. Sie spielen sich zur moralischen Instanz auf. Am liebsten würde man der Wirtschaftskommunikation einen Tschador überziehen. Und über prominent platzierte Werbung wie im Kreisel wollen sie gar nicht erst diskutieren. Marketing gilt von vornherein als schlecht, sobald es nicht eigenen politischen Zwecken dient.

Aber Werbung lenkt doch vom Verkehr ab?

Natürlich wäre es idiotisch, ein Go-go-Girl auf einem Kreisel tanzen zu lassen. Ein Kreiselschmuck soll die Verkehrsteilnehmer nicht ablenken. Aber was stört zum Beispiel eine Linde, unter der steht: Gesponsert von der Firma Sowieso? Was wäre mit einer Toblerone-Säule oder einem überdimensionierten Mandelbärli am Burgernziel? Ausserdem verdient die Stadt Geld, denn Kreisel sind attraktive Werbestandorte.

Wird das Erscheinungsbild mit Werbung nicht zerstört?

Das ist immer Geschmacksache. Aber es gibt sehr ästhetische Werbung. Werbegrafik ist eine wirksame Art, sich kreativ auszudrücken, und ein wichtiger Teil unserer Kultur. Und eine Firma, die einen Kreisel sponsert, will ja etwas Schönes schaffen. Sie will, dass möglichst viele Menschen den Kreisel mögen, dadurch entsteht ein Imagegewinn für sie. Und mal ehrlich, auch ohne Sponsoring sehen die meisten Kreisel grässlich aus: Dieser Housi-Knecht-Bär mit dem roten Rüepli, der zuerst am Bärengrabenkreisel und heute in Ostermundigen steht, ist eine kulturelle Zumutung.

Was ist Ihrer Meinung nach ein schöner Kreisel?

Für mich ist der Arc de Triomphe in Paris Top of the Tops. Zugleich ist er einer der gefährlichsten Kreisel: Dieses Chaos – aber nicht wegen des Kreiselschmucks! Die zwei Glas-Trösch-Kreisel in Steffisburg und Bützberg sind zweifellos auch Meisterleistungen und gefallen mir in ihrer Eigenwilligkeit. (Berner Zeitung)

Erstellt: 12.05.2009, 08:36 Uhr



Köniz, 13. Mai 2011

Beilage 2

**Umfrage bei 16 Firmen aus der Gemeinde Köniz zum Thema Kreiselsponsoring,
Auswertung**

10 Fragebögen sind ausgefüllt zurückgeschickt worden:

- 0 Firmen sind grundsätzlich an einem Auftritt in einem Kreisel auf einer Gemeindestrasse interessiert;
- 3 Firmen sind dann am Thema konkret interessiert, wenn die Rahmenbedingungen, Gestaltungsspielraum, mögliche Investitionsgrößenordnungen und entsprechende Vertragsentwürfe vorliegen;
- 1 Firma ist aktuell nicht in der Lage mitzumachen, findet die Idee jedoch innovativ;
- 5 Firmen sehen im Kreiselsponsoring grundsätzlich kein Potenzial.
- 1 Firma: „Entspricht nicht unserem Sponsoring Reglement“.

Wenn ja sind:

- 2 Firmen an der Gestaltung eines Kreisels im Wangental interessiert.
- 1 Firma ist an der Gestaltung eines Kreisels an der Sägestrasse interessiert.
- 0 Firmen sind interessiert, an mehreren Kreiseln gleichzeitig aufzutreten.
- 0 Firmen sind an einem Branchenauftritt interessiert.

Das einmalige finanzielle Engagement für einen Kreisel bewegt sich im Rahmen:

- 1 Firma: CHF 10'000.-- bis max. CHF 30'000.--
- 2 Firmen: CHF 20'000.-- bis max. CHF 30'000.--
- 0 Firmen bei guten Rahmenbedingungen auch über CHF 50'000.--

Eine Firma sieht für den Unterhalt ein jährliches Engagement von CHF 3'000.— vor (ohne Vandalenschäden).