

Postulat Fraktion BDP/CVP (Béatrice Wertli, CVP): „Bäre-Stein“ beim Bärenpark dauerhaft ermöglichen

Der Gemeinderat wird eingeladen, eine dauerhafte Namens-Pflasterstein-Möglichkeit zur Deckung der Zusatzkosten beim Bärenpark vorzusehen. Der Preis für einen eigenen Pflasterstein ist so zu bemessen, dass die Aktion jährlich einen Beitrag zur Abzahlung der Mehrkosten beim Bärenpark leistet. Die Pflastersteine sind jährlich anlässlich eines Bärenfestes – das ebenfalls dem Fundraising dient – rund um den Bärenpark feierlich zu enthüllen.

Begründung

Im Rahmen der Finanzierung des Baus des Bärenparks konnte die Bevölkerung Pflastersteine sponsern, die ihren Namen tragen. Diese sind rund um den Bärenpark nun eingebaut. Immer wieder gibt es Bärenpark-Besucher, die diese Steine bewundern und sich erkundigen, ob sie auch so einen Stein sponsern können. Nun hat ja der Bau des Bärenparks unerwartet hohe Mehrkosten generiert. Im Sinne eines konstruktiven Beitrages zur Milderung des Problems wird der Gemeinderat eingeladen, eine dauerhafte Bärenstein-Sponsoring-Möglichkeit zu schaffen – der Preis für einen Namensstein sollte dabei durchaus etwas höher angesetzt werden. Zudem sollte der Einbau neuer Bärensteine mit einem jährlichen Bärenpark-Fest verbunden werden, an dem auch Geld für den Bärenpark generiert werden kann.

Bern, 4. März 2010

Postulat Fraktion BDP/CVP (Béatrice Wertli, CVP), Kurt Hirsbrunner, Edith Leibundgut, Thomas Begert, Henri-Charles Beuchat, Martin Schneider, Vinzenz Bartlome

Antwort des Gemeinderats

Mit der Aktion „Mit Herz und Stein für den BärenPark“ konnten Mittel in der Höhe von ca. 1,2 Mio. Franken gesammelt werden. Diesen Einkünften stehen Kosten von knapp Fr. 511 000.00 gegenüber. Somit konnten mit der Aktion rund Fr. 689 000.00 zugunsten der Baukosten generiert werden.

Die Aktion dauerte vom 11. November 2008 bis Ende Januar 2009. Während dieser Zeit wurden über 12 000 Bestellungen im Generalsekretariat der Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie eingereicht, welche in der Folge weiterverarbeitet werden mussten. Das zusätzliche und nicht selbstverständliche Engagement der Mitarbeitenden des Generalsekretariats war hierfür Voraussetzung, denn im regulären Pensum konnte eine derart grosse Aktion nicht aufgefangen werden. Zusätzlich wurden von Anfang Dezember 2008 bis Ende April 2009 2 Personen temporär zu rund 80 % angestellt, welche bei der Bewältigung der Administration der Bestellungen, Zahlungen, Änderungswünsche u.d.g.m. mithalfen. Diese Personalkosten sind in den ausgewiesenen Gesamtkosten enthalten.

Der Vorstoss fordert nun, die Aktion sei als dauerhafte Sponsoring-Möglichkeit zu institutionalisieren. Diesem durchaus sympathischen Gedanken sprechen mehrere Gründe dagegen:

- *Es kann nicht erwartet werden, dass sich der Erfolg der Aktion wiederholt:* Durch das beherzte Engagement, entsprechender Werbung und die zeitliche Befristung konnte die Mittelgenerierung in kurzer Zeit forciert werden. Entsprechend gross waren auch die Präsenz in den Medien sowie das Echo darauf. Als dauerhafte Sponsoring-Möglichkeit wäre der Rücklauf wohl viel geringer, wodurch mit anderen Kosten wegen Kleinmengen gerechnet werden müsste.
- *Die Limitierung der Anzahl Steine auf 12 000 Stück ermöglichte die Planung der zu verbauenden Pflastersteine und die Budgetierung derselben:* Der BärenPark befindet sich im UNESCO-Weltkulturerbe. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an die Gestaltung des Parks sowie an dessen Umgebung. Das durch den Vorstoss aufgezeichnete Projekt lässt vermuten, dass mit Kleinmengen für die jeweiligen Verlegungsarbeiten gerechnet werden muss, was den Aufwand überproportional erhöht. So kann nicht mit der rein zu gravierenden Stückzahl an Pflastersteinen gerechnet werden, da u.a. auch Randabschlüsse und Leersteine einberechnet werden müssen. Auch sollte ein Platz oder Weg vorzugsweise nicht nach und nach mit Pflastersteinen verlegt, sondern in seiner Gesamtheit neu gestaltet werden - einerseits wegen des Erscheinungsbilds, andererseits wegen den ebenfalls entstehenden Planungs- und weiteren Umsetzungskosten und nicht zuletzt wegen der effektiven Begehbarkeit. Auch zu beachten wäre, dass der BärenPark durch das durch den Vorstoss aufgezeichnete Vorgehen mit einer jährlich wiederkehrenden Baustelle inmitten des Besucherstroms konfrontiert wäre, würden doch die Spenderinnen und Spender sicherlich eine ähnlich prominente Platzierung ihrer Steine wünschen wie diejenige der ersten Aktion.
- *Das ursprüngliche Projekt war zeitlich befristet, womit die Dimension und der zu bewältigende Aufwand relativ gut absehbar waren:* Wie bereits erwähnt, mussten zur Bewältigung der 12 000 Bestelleingänge 2 Personen während rund 5 Monaten zu je 80 % temporär angestellt werden. Es stellt sich damit die Frage, mit welchen Kosten, welche vor allem durch den notwendigen Neuaufbau der nicht mehr vorhandenen Grundstrukturen generiert werden (Aufbau Website, administrative Abläufe, erhöhte Kundenwünsche/-kontakte, Werbung, Planung etc) zu rechnen ist und ob diese durch die Einnahmen gedeckt werden können.
- *Das Fundraising zugunsten des Baus BärenPark ist abgeschlossen:* Mit der Publikation des Untersuchungsberichts zur Administrativuntersuchung BärenPark im Juli 2010 hat der Gemeinderat seine Absicht erklärt, dem Stadtrat einen entsprechenden Kreditantrag über den Fehlbetrag zu unterbreiten. Ob parallel dazu die Bevölkerung bzw. die Besuchenden des BärenParks zu Spenden zugunsten des abgeschlossenen Bauprojekts motiviert werden könnten ist mindestens fraglich. Vielmehr zeigt die Situation vor Ort, dass die Besuchenden allfällige Spenden zugunsten der Bären abgeben möchten. Obwohl auch in der Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie noch vereinzelt Anfragen bezüglich Nachbestellungen eingegangen sind, kann nicht von einem nachträglich immer noch grossen Bedürfnis gesprochen werden. Vielmehr handelte es sich um einzelne Anfragen, die in der Summe auf maximal 20 bis 30 summiert werden können - keine Grundlage also, um von einem erneuten Grossefolg ausgehen zu können. Selbst der Aufruf im Zusammenhang der fehlerhaft oder nicht gravierten Steine vermochte kein grösseres Bedürfnis aufzuzeigen.

Fazit

Der Aufwand für den Aufbau der notwendigen Grundstrukturen um ein erneutes Sponsoring zu starten - wie der Aufbau einer entsprechenden Internetplattform, Werbung, Personalaufwand für eine adäquate Kundenbetreuung etc. - steht längerfristig in keinem Verhältnis zum zu erwartenden Ertrag. Vorabklärungen haben auch ergeben, dass eine Auslagerung des Gesamtprozesses zwar möglich wäre, die Kosten vor allem wegen der Unsicherheiten zu den möglichen Stückzahlen jedoch zu hoch wären, wodurch für einen gravierten Einzelstein ein Preis von mindestens Fr. 200.00 erhoben werden müsste. Ein Preis, der nicht mehr der ursprünglichen Idee der Aktion entspricht und auch schwer zu kommunizieren wäre.

Antrag

1. Der Gemeinderat beantragt dem Stadtrat, das Postulat erheblich zu erklären.
2. Die Stellungnahme gilt gleichzeitig als Prüfungsbericht.

Folgen für das Personal und die Finanzen

Die effektiv durch eine erneute Aktion möglichen Einnahmen zugunsten des Bauprojekts BärenPark sowie der Aufwand können nicht abgeschätzt werden.

Bern, 1. September 2010

Der Gemeinderat