

STADT SANKT AUGUSTIN

DER BÜRGERMEISTER

Dienststelle/Aktenzeichen: Fachbereich 10 / Rats- und Bürgerservice

Sitzungsvorlage

Datum: 27.04.2006

Drucksache Nr.: **06/0214**

öffentlich

Beratungsfolge: Rat

Sitzungstermin: 03.05.2006

Betreff:

Namensänderung des Freibades zur Begründung eines Sponsoringvertrages

Beschlussvorschlag:

„Der Rat der Stadt Sankt Augustin beschließt, das Freibad, Husarenstraße 51, für die Zeit der Gültigkeit des Vertrages mit der rhenag Rheinische Energie Aktiengesellschaft, Köln, in **rhenag-Bad**, Städt. Freibad Sankt Augustin, umzubenennen.“

Problembeschreibung/Begründung:

Im Zuge der Umsetzung des Strategiekonzeptes Städtische Bäder Sankt Augustin wurde unter anderem das Ziel verfolgt über ein verstärktes Sponsoring zu einer Attraktivitätssteigerung der Bäder bzw. auch zu verbesserten Einnahmen zu kommen.

Diesbezüglich wurden von der Verwaltung Gespräche mit der rhenag und verschiedenen lokalen Unternehmen geführt. Die Gespräche mit der rhenag erbrachten deren Bereitschaft zur Finanzierung eines Beachvolleyballfeldes.

In weiteren Gesprächen entwickelte sich die Idee einer mittel- bzw. langfristigen öffentlich nachhaltig erkennbaren Werbepartnerschaft zwischen der Stadt und dem Energieversorger rhenag. Die Idee wurde ausgearbeitet und mit verschiedenen Maßnahmen verbunden, die den Interessen beider Partner gerecht werden. Vor wenigen Tagen konnten diese Gespräche zu einem erfolgreichen Abschluss geführt werden und mündeten in einen Vertragsentwurf, dessen Unterzeichnung die Stadt vorbehaltlich der Beschlussfassung des Rates vornehmen wird.

Im Ergebnis geht es um die Vergabe des Namensrechtes für das städt. Freibad sowie weitere vertragliche Leistungen, die sich auf Werbemöglichkeiten der rhenag beziehen.

Im Einzelnen handelt es sich um die:

- **Umbenennung des Freibades in „rhenag-Bad“, Städt. Freibad Sankt Augustin**
- **Anschaffung einer Schwimminsel mit Werbe-Logo**
- **Einräumung von Werbeflächen auf Liegewiese und im Eingangsbereich**
- **sowie verschiedene andere Werbemaßnahmen (z. B. Beschilderung, Faltblätter, Bekleidung mit Sponsorlogo)**

Im Rahmen des noch abzuschließenden Vertrags verpflichtet sich die rhenag, Rheinische Energie AG

- 1. Ein Beachvolleyballfeld nach städt. Vorgaben komplett einzurichten und dauerhaft zu unterhalten,**
- 2. die erforderliche neue Beschilderung, Kleidung, Schwimminsel und anderen Werbeartikel bis zu einer bestimmten Höchstgrenze zu finanzieren und**
- 3. beginnend mit dem Jahr 2006 jährlich im Rahmen des Vertrages einen Festbetrag an die Stadt Sankt Augustin zu zahlen.**

Der Vertrag soll mit einer Laufzeit von zunächst 2 Jahren geschlossen werden. Er verlängert sich um jeweils 60 Monate, sofern er nicht mit Frist von drei Monaten zum jeweiligen Vertragsende gekündigt wird. Die Umbenennung des Freibades ist an die Gültigkeit des Sponsoringvertrages geknüpft.

Aus Sicht der Verwaltung ergeben sich durch das mit dem Namensrecht verbundenen Sponsoring nur positive Auswirkungen.

Die zusätzlichen bisher nicht einkalkulierten Einnahmen erhöhen die Erträge für den gesamten Bäderbetrieb der Stadt Sankt Augustin beträchtlich und tragen damit innerhalb des Strategiekonzeptes Bäder zur dauerhaften Erhaltung dieses sportlichen Infrastrukturangebotes bei. Mit dem neuen Werbepartner kann die Attraktivität des Freibades konzeptkonform (Beachvolleyballanlage, Schwimmbad) gesteigert werden. Die neue Bezeichnung und das damit verbundene verbesserte Marketing erhöht die Aufmerksamkeit für das Freibad und steigert dessen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.

Für den neuen Partner, die rhenag, entsteht ein erheblicher Werbevorteil durch das Namensrecht für das am meisten besuchte Bad in Sankt Augustin. Darüber hinaus wird deutlich, dass das Unternehmen, das für die Energieversorgung zuständig ist – und beispielsweise mit seinem Gas das Wasser des Freibades erwärmt – sich auch für die sportliche Infrastruktur im Gemeinwesen engagiert. Nicht zuletzt erhält das Unternehmen erweiterte Möglichkeiten für eigene Marketingmaßnahmen.

Durch die Vergabe des Namensrechtes entsteht kein Imageverlust für die Stadt bzw. das Freibad. Die neue Bezeichnung „rhenag-Bad“ lässt sich problemlos in das neue Corporate Design der städtischen Bäder Sankt Augustin integrieren, das derzeit über ein Logo und einen Schriftzug vorbereitet wird und wegen der Gespräche mit der rhenag noch nicht zu

Umsetzung gelangt ist. Die neuen Werbemaßnahmen sollen unmittelbar nach Unterzeichnung des Vertrages in die Wege geleitet und die einzelnen Maßnahmen schnellstmöglich realisiert werden.

In Vertretung

Konrad Seigfried
Beigeordneter

Die Maßnahme

- ☒ hat finanzielle Auswirkungen
☐ hat keine finanziellen Auswirkungen

Die Gesamtkosten belaufen sich auf Euro.

- ☐ Sie stehen im ☐ Verw. Haushalt ☐ Vermög. Haushalt unter der Haushaltsstelle zur Verfügung.
☐ Der Haushaltsansatz reicht nicht aus. Die Bewilligung über- oder außerplanmäßiger Ausgaben ist erforderlich.
Für die Finanzierung wurden bereits veranschlagt Euro, insgesamt sind Euro bereitzustellen. Davon im laufenden Haushaltsjahr Euro.