

Regierungsratsbeschluss

vom 15. November 2011

Nr. 2011/2317

Prävention: Gewaltpräventionsprogramm 2012 – 2015, Auftragsvergabe der Präventionskampagne 2012 - 2013

1. Ausgangslage

Als Reaktion auf Gewaltvorfälle im Kanton Solothurn hat der Regierungsrat mit RRB Nr. 2007/1758 vom 22. Oktober 2007 einen umfassenden Massnahmenplan zur Gewaltprävention beschlossen. Mit RRB Nr. 2007/1759 vom 22. Oktober 2007 „Finanzierung von Massnahmen zur Gewaltprävention 2008 bis 2011“ wurde der Projektplan 2008 – 2011 für das Gewaltpräventionsprogramm und die Finanzierung dazu festgelegt. Im Rahmen dieses Massnahmenplans führte das Amt für soziale Sicherheit, gestützt auf RRB 2007/918 vom 29. Mai 2007, mit den Agenturen eggenschwiler arm & friends Werbung und jardinpublic die Präventionskampagne „so-gegen-gewalt.ch“ durch. Diese Kampagne wird auf Ende des Jahres 2011 abgeschlossen. Die Kernbotschaft der Kampagne war „Wer wegschaut, toleriert Gewalt. Hinsehen. Handeln. Zivilcourage beweisen“. Hauptzielgruppe stellte die Gesamtbevölkerung im Kanton Solothurn dar. Es war Aufgabe der Kampagne, die Bevölkerung für das Thema Gewalt zu sensibilisieren und zu mehr Zivilcourage aufzufordern. Sekundäre Zielgruppe bilden die Jugendlichen. Ihnen sollte vor Augen geführt werden, dass die Gesellschaft Jugendgewalt nicht toleriert und einschreitet, falls Grenzen überschritten werden.

Die Kampagne 2007 - 2011 erwies sich als geeignetes Mittel, um die Bevölkerung in allen Kantonsteilen anzusprechen und bildete gleichzeitig einen optimalen Rahmen, worin verschiedene Massnahmen zur Gewaltprävention koordiniert umgesetzt werden konnten. Die Kampagne vermochte die individuelle und gesellschaftliche Relevanz von Zivilcourage zu verdeutlichen und zu erhöhen. Die dadurch geschaffene Betroffenheit in der Bevölkerung bildet eine Basis, auf die sich die laufenden und zukünftigen Gewaltpräventionsmassnahmen stützen können.

Nach wie vor ist das Thema Jugendgewalt aktuell und der Bedarf an Präventionsmassnahmen gegeben. Das Gewaltpräventionsprogramm soll deshalb für die Jahre 2012 – 2015 weitergeführt werden.

Um die Relevanz des Themas aufrecht zu erhalten und die Bevölkerung noch besser und zielgerichteter zu sensibilisieren, führt das Amt für soziale Sicherheit flankierend eine weitere Gewaltpräventionskampagne durch. Die neue Kampagne soll auf der Kampagne 2007 - 2011 aufbauen, thematisch aber weiter in Richtung Handlungsaufforderung gehen und mit neuen Ideen und einem neuen Erscheinungsbild überzeugen. Hauptzielgruppen sind die Jugendlichen und die AusgängerInnen in Clubs im öffentlichen Raum. Die Gesamtbevölkerung soll generalpräventiv ebenfalls angesprochen werden. Das jährliche Kostendach für die Kampagne soll maximal Fr. 120'000.-- betragen.

Gestützt auf das Gesetz über öffentliche Beschaffungen (Submissionsgesetz; BGS 721.54) vom 22. September 1996 hat das Amt für soziale Sicherheit ein Verfahren zur Vergabe des Auftrags zur Entwicklung und Umsetzung der kantonalen Gewaltpräventionskampagne 2012 - 2013 durchgeführt. Gemäss § 14 i.V. § 13 des Submissionsgesetzes wurde ein Auftrag im Einladungsverfahren durchgeführt. Vier Anbieter wurden eingeladen, am Verfahren teilzunehmen, drei

Bewerbungen sind fristgerecht eingegangen. Folgende Agenturen durften sich und ihre Bewerbungen in der Folge persönlich vorstellen:

- MySign AG, Olten
- cR Werbeagentur AG, Basel
- jardinpublic Werbeagentur, Solothurn

2. Erwägungen

Aufgrund der eingereichten Bewerbungsunterlagen, der geführten Gespräche und der Präsentationen erfolgte eine intensive Auseinandersetzung mit den offerierten Kampagnenentwürfen. Zwei Angebote zeichneten sich durch eine hohe Qualität aus. Gestützt auf die Evaluation aller entscheidungsrelevanter Kriterien zeigte sich, dass das Angebot von jardinpublic die gestellten Anforderungen am besten erfüllt.

Die Agentur jardinpublic wurde bereits mit der Entwicklung und Umsetzung der Kampagne 2007 - 2011 mitbeteiligt und kann daher eine mehrjährige Erfahrung mit Gewaltpräventionskampagnen aufweisen. Der eingereichte Kampagnenentwurf greift die Botschaften der bisherigen Kampagne optimal auf und entwickelt diese auf kreative Art weiter. Die vorgeschlagenen Massnahmen sind breit abgestützt und ermöglichen eine gute Zielgruppenerreichung. Der Entwurf besticht auch dadurch, dass die Kampagne gezielt verschiedene soziale Medien einsetzt, um mit den Zielgruppen in den Dialog zu treten. Durch die Partizipation der Zielgruppen kann die Kampagne eine besonders nachhaltige präventive Wirkung erzielen.

Der Zuschlag ist daher an jardinpublic, Werbeagentur für artgerechte Kommunikation, Solothurn, zu erteilen.

3. Beschluss

Gestützt auf §§ 26 und 27 des Submissionsgesetzes vom 22. September 1996 (BGS 721.54) und auf § 27 der Submissionsverordnung vom 17. Dezember 1996 (BGS 721.55):

- 3.1 Den Zuschlag für die Entwicklung und Umsetzung einer Gewaltpräventionskampagne über zwei Jahre erhält, unter Vorbehalt der vertraglichen Einigung, das Angebot von jardinpublic, Klosterplatz 6, 4500 Solothurn.
- 3.2 Die jährlichen Kosten der Kampagne in der Höhe von 120'000.--, Total 240'000.--, werden aus den Mitteln des Lotteriefonds übernommen.
- 3.3 Die Abteilung Lotterie- und Sport-Toto-Fonds wird ermächtigt, den jeweiligen Betrag auf Antrag des Amts für soziale Sicherheit zulasten des Kontos 233.003 „Lotteriefonds“ anzuweisen.
- 3.4 Das Amt für soziale Sicherheit wird ermächtigt, die Leistungsvereinbarung namens des Kantons für die Jahre 2012 - 2013 zu unterzeichnen.

3.5 Dieser Beschluss ist auch den nicht berücksichtigten Anbietern zu eröffnen.



Andreas Eng
Staatsschreiber

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss kann innert 10 Tagen Beschwerde bei der Kantonalen Schätzungskommission, Amthaus, 4502 Solothurn, Beschwerde erhoben werden. Eine allfällige Beschwerde ist schriftlich einzureichen; sie muss einen Antrag und eine Begründung enthalten; die Beweismittel sind anzugeben. Fehlen die Erfordernisse, wird auf die Beschwerde nicht eingetreten.

Verteiler

Amt für soziale Sicherheit (7; CHA, HER, MAJ, SCH, BAC, ZWA)
Abteilung Lotterie- und Sport-Toto-Fonds (2)
Aktuariat SOGEKO
Jardinpublic, Herr Markus Arm, Klosterplatz 6, 4500 Solothurn
Mysign AG, Herr Urs Koller Neuhardstrasse 38, 4600 Olten
cR Werbeagentur AG, Herr Thomas Fux, St. Jakobs-Str. 185, 4002 Basel