

FD IV. 2.5

Ahrensburg, 11.05.2016

An

IV 2.10

Fanta- Spielplatzinitiative als mögliche Fördermittelquelle für die Spielplatzsanierung

Bei der sogenannten Fanta-Spielplatzinitiative handelt es sich um eine Werbeaktion der Coca-Cola Services. Es findet ein Wettbewerb zwischen diversen Kommunen oder anderen Trägern öffentlich zugänglicher Spielplätze um die Preisgelder statt. Die Preisgelder haben unterschiedliche Höhen und werden nach Anzahl der abgegebenen Stimmen verteilt.

Die Preisgelder 2016 betragen: 1 x 20.000 €, 1 x 10.000 €, 8 x 5.000 €, 29 x 2.000 €, 61 x 1.000 €.

- Die Kommune, die im Vorjahr den 1. Preis errang, hatte innerhalb ca. 4 Wochen über 51.000 Stimmen, der Zweitplatzierte hatte immerhin noch über 50.000 Stimmen gesammelt.
- Der Teilnehmer verpflichtet sich bei Gewinn einen detaillierten Projektplan, eine detaillierte Projektbeschreibung und einen auf die Fördersumme zugeschnittenen Finanzierungsplan vorzulegen.
- Der Teilnehmer verpflichtet sich sämtliche Pressetermine mit Fanta abzustimmen.
- Der Teilnehmer verpflichtet sich zu einem gemeinsamen Presstermin mit symbolischer Scheckübergabe.
- Es werden darüber hinaus weitere Pressemitteilungen und Aktionen von Fanta lanciert.
- Die Auszahlung der Beträge ab 5.000 € erfolgt erst nach Vorfinanzierung. Vor der Auszahlung ist ein definierter Sachbericht zu erstellen, alle Rechnungen und Beläge sind vorzulegen.
- Die geleisteten Zahlungen sind z.B. durch Kontoauszüge zu belegen
- Der Teilnehmer verpflichtet sich das Vorhaben in einem vorgegebenem Zeitrahmen umzusetzen. Einer Überschreitung des Zeitrahmens muss von Fanta zugestimmt werden.
- Zur Stimmabgabe ist es erforderlich, sich entweder bei seinem Facebook-Account, wo man bereits seine persönlichen Daten angegeben hat, oder bei Fanta mit folgenden Angaben anzumelden: Geschlecht, Vorname, Nachname, Geburtsdatum und E-Mailadresse.
- die mit der Durchführung der Aktion beauftragte Werbeagentur versichert, dass eine Nutzung der Daten nicht erfolgt
- die Datenschutzrichtlinien von fanta.de sagen hingegen aus, dass Daten der Nutzer sowohl von Coca-Cola GmbH im In- und Ausland, als auch mit Coca-Cola verbundenen Unternehmen genutzt werden können.

- man geht bei Coca-Cola lediglich davon aus, dass Google Analytics die gesammelten Daten nicht mit anderen Daten des Nutzers zusammenführt

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass:

1. der Verwaltungsaufwand als hoch einzuschätzen ist,
2. der Teilnehmer Teil einer privatwirtschaftlichen Werbeaktion wird,
3. der Teilnehmer indirekt fördert, dass Mitbürger ihre privaten Daten preisgeben,
4. die Chance auf einen nennenswerten Förderbetrag relativ gering ist.

Schmidt