

## LEISTUNGSaufTRAG UND GLOBALKREDIT für die Produktgruppe

# 2 PUBLIKUMSDIENSTE UND AUSSENBEZIEHUNGEN

für die Jahre 2006 bis 2008

Der erste Leistungsauftrag der Produktgruppe Publikumsdienste und Aussenbeziehungen läuft per Ende 2005 aus. Verschiedene Ziele des bisherigen Leistungsauftrags finden auch im neuen Leistungsauftrag wieder Aufnahme sei es, dass die Ziele noch nicht erreicht werden konnten oder dass sie Daueraufgaben darstellen.

Die Kundenorientierung ist wichtigste Leitlinie für die **Einwohnerdienste** und soll in der Umsetzung des sogenannten „One-stop-shops“ künftig noch verstärkt spürbar sein. Konkret zeigt sich dies darin, dass das Bereitstellen, Abrufen und Verarbeiten von Informationen und Daten rasch, unkompliziert und - wo technisch sinnvoll - auch online über Internet erfolgt. Dabei sind die Einwohnerdienste bemüht, auch Dienstleistungen offerieren zu können, für die das Publikum bis dato Ämter in der Stadt aufsuchen musste.

Im Bereich der **Aussenbeziehungen** will die Gemeinde dazu beitragen, dass Grenzen zwar noch wahrgenommen, aber nicht als hinderlich erlebt werden. Gefördert wird der Kontakt zu den Nachbargemeinden, der Regio und darüber hinaus mit dem Ziel, insbesondere der eigenen Bevölkerung Kontakte in kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht zu ermöglichen und zu erleichtern. Im Verhältnis zum Kanton nimmt die Gemeinde die ihr zustehende Autonomie selbstbewusst wahr. Die Aufgabenteilung zwischen Kanton und Gemeinde soll sich solidarisch nach den Grundsätzen der Bürgernähe, der Transparenz und der Wirtschaftlichkeit richten. Mit dem Abschluss des Projekts NOKE per 2008 (Neuordnung des Verhältnisses Kanton / Einwohnergemeinden) soll dazu eine neue Grundlage geschaffen werden.

Einen hohen Stellenwert geniessen **Information** und **Gemeindemarketing**. Der noch unter dem alten Leistungsauftrag realisierten Website kommt dabei besondere Bedeutung zu. Sie liefert noch mehr gemeindespezifische Informationen, ist stets aktuell und ermöglicht es dem Publikum, rund um die Uhr mit der Gemeinde in Kontakt zu treten. Sie ist aber nicht bloss ein Informations- und Kommunikationsgefäss, sondern auch ein Marketinginstrument. Somit ist sie unentbehrlich, wenn Riehen sich im Standortwettbewerb als bevorzugte Wohngemeinde profilieren und seine Qualitäten aufzeigen will. Dem gleichen Ziel dienen auch die übrigen Anstrengungen, die unter dem Titel Gemeindemarketing unternommen werden. Es sind dies etwa die "Infothek", Aktivitäten zur Belebung des Dorfcentrums und des lokalen Handels und Gewerbes oder die neu lancierten Wenkenhofgespräche.

In einem weiteren Sinn ebenfalls den Publikumsdiensten und deshalb dem vorliegenden Leistungsauftrag zuzurechnen sind die nachfolgend angeführten Produkte:

Der Sicherheitsbereich ist im Wesentlichen auf kantonaler Ebene geregelt. Das Wirken der kommunalen Behörden unter dem Aspekt **Sicherheit** ist deshalb subsidiär zu demjenigen der kantonalen Behörden. Dem regelmässigen Austausch mit den entsprechenden Organen wird aber grosses Gewicht beigemessen.

Der **Gottesacker**, eine Anlage, die mit hohen Ansprüchen an Ästhetik und Pietät gepflegt wird, dient den Einwohnerinnen und Einwohnern als Ort der Ruhe, des Gedenkens und der Besinnung. Gestaltung und Betrieb des Gottesackers nehmen darauf angemessen Rücksicht.

Der Gemeinderat beantragt dem Einwohnerrat, für den Politikbereich Publikumsdienste und Aussenbeziehungen (Produktgruppe 2) für die Jahre 2006 - 2008 den nachstehenden Leistungsauftrag zu erteilen und den zugehörigen Globalkredit im Betrag von Fr. 7'416'000.- (Indexstand Juni 2005) zu bewilligen.

Juli 2005

GEMEINDERAT RIEHEN

Der Vizepräsident:  
Christoph Bürgermeier

Der Gemeindeverwalter:  
Andreas Schuppli

INHALTSÜBERSICHT		Seite
<b>Beschluss</b>		<b>3</b>
<b>A. Allgemeiner Überblick</b>		<b>4</b>
1. Produktrahmen		4
2. Leitlinien der Produktgruppe, Produkte		5
3. Wichtige gesetzliche Grundlagen		6
<b>B. Allgemeine Bestimmungen</b>	 	<b>7</b>
<b>C. Globalkredit 2006 bis 2008</b>		<b>8</b>
<b>D. Ziele und Vorgaben</b>		<b>10</b>
1. Programmatische Ziele der Produktgruppe		<b>10</b>
2. Wirkungsziele der Produktgruppe		<b>11</b>
3. Andere Vorgaben		<b>12</b>
4. Produkte	 	<b>13</b>
2.1 Einwohnerdienste		13
2.2 Aussenbeziehungen		15
2.3 Information und Gemeindemarketing		18
2.4 Sicherheit		21
2.5 Bestattungen und Friedhofpflege		23

## Beschlussesentwurf



### **Beschluss des Einwohnerrats betreffend Leistungsauftrag und Globalkredit für den Politikbereich Publikumsdienste und Aussenbeziehungen für die Jahre 2006 bis 2008**

Der Einwohnerrat erteilt auf Antrag des Gemeinderats sowie der zuständigen Sachkommission für den Politikbereich Publikumsdienste und Aussenbeziehungen (Produktgruppe 2) den Leistungsauftrag an den Gemeinderat für die Jahre 2006 - 2008 und bewilligt den zugehörigen Globalkredit im Betrag von Fr. 7'416'000.-. Der Betrag basiert auf dem Basler Index der Konsumentenpreise (Stand Juni 2005). Die Anpassung erfolgt jeweils auf den 1. Januar des nachfolgenden Jahres, erstmals per 1. Januar 2007.

Dieser Beschluss wird publiziert; er unterliegt dem Referendum.

Riehen, den

Im Namen des Einwohnerrats

Der Präsident:

Der Sekretär:

Niggi Benkler

Andreas Schuppli





## 2. Leitlinien der Produktgruppe, Übersicht über die Produkte

Produktgruppe	Strategische Führung	Operative Führung
<b>2 Publikumsdienste und Aussenbeziehungen</b>	Maria Iselin	Urs Denzler

### Leitlinien<sup>1</sup> der Produktgruppe 2

<b>1</b>	<b>Die Gemeinde gewährleistet publikumsfreundliche öffentliche Dienstleistungen.</b>
<b>2</b>	<b>Riehen wird vom Kanton als selbstständiges Gemeinwesen wahrgenommen.</b>
<b>3</b>	<b>Die Gemeinde festigt ihre Position im Wettbewerb mit den Nachbargemeinden sowie in Zusammenarbeit mit der Regio.</b>

<b>Produkte der Produktgruppe Publikumsdienste und Aussenbeziehungen</b>			
Nr	Bezeichnung	strategische Führung	operative Führung
<b>2.1</b>	<b>Einwohnerdienste</b> Informations- und Anlaufstelle für die Bereiche Kanzlei und Dokumentationsstelle (Archiv und Historisches Grundbuch)	Maria Iselin	Urs Denzler
<b>2.2</b>	<b>Aussenbeziehungen</b> Pflege der gemeinde- und grenzüberschreitenden Kontakte sowie der Beziehungen zum Kanton	Maria Iselin	Andreas Schuppli
<b>2.3</b>	<b>Information und Gemeindemarketing</b> Offene Informationspolitik sowie Positionierung Riehens in der Agglomeration Basel	Maria Iselin	Urs Denzler
<b>2.4</b>	<b>Sicherheit</b> Kontakte zu den Sicherheitsorganen auf kommunaler, kantonaler und eidgenössischer Ebene	Maria Iselin	Urs Denzler
<b>2.5</b>	<b>Bestattungen und Friedhofpflege</b> Pflege und Betrieb eines Gottesackers sowie Beratung der Angehörigen	Maria Iselin	Fritz Braun

<sup>1</sup> Vgl. § 24 Abs. 3 lit. b der Gemeindeordnung



### 3. Wichtige gesetzliche Grundlagen<sup>2</sup>

#### A. **Bund** (Auswahl)

1. Karlsruher Übereinkommen vom 23. Januar 1996 betr. grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Gebietskörperschaften und örtlichen öffentlichen Stellen (in amtlicher Sammlung nicht publiziert)
2. Verordnung über die Ausweise für Schweizer Staatsangehörige vom 20. September 2002 (SR 143.11)

#### B. **Kanton** (Auswahl)

1. Verfassung des Kantons Basel-Stadt vom 2. Dezember 1889 (SG 111.100)
2. Gemeindegesetz vom 17. Oktober 1984 (SG 170.100)
3. Gesetz betreffend die Einführung des Schweizerischen Zivilgesetzbuches vom 27. April 1911 (SG 211.100)
4. Gesetz über das Aufenthaltswesen vom 16. September 1998 (SG 122.200)
5. Gesetz über den Schutz von Personendaten vom 18. März 1992 (SG 153.260)
6. Gesetz über das Archivwesen vom 11. September 1996 (SG 153.600)
7. Gesetz über Sammlungen in der Öffentlichkeit (Kollektiergesetz) vom 3. Juni 1982 (SG 561.800)
8. Verordnung über den Heimatschein vom 23. Juni 1981 (SG 121.600)
9. Gesetz betreffend die Bestattungen vom 9. Juli 1931 (SG 390.100)

#### C. **Gemeinde** (vollständige Auflistung)

##### 1. **Produktspezifische Ordnungen**

Keine

##### 2. **Produktspezifische Reglemente**

- 2.1 Reglement betreffend die Erhebung von Kanzleigebühren vom 1. November 1994 (RiE 153.840)
- 2.2 Reglement über die Jagdpassgebühren vom 21. September 1993 (RiE 912.210)
- 2.3 Reglement über die Fischerei in der Gemeinde Riehen vom 29. März 1994 (RiE 912.510)
- 2.4 Reglement betreffen das Bewilligungsverfahren von Freinächten (inkl. Musik und Tanz) im Gemeindegebiet Riehen vom 11. Januar 1989 (RiE 563.100)
- 2.5 Benützungreglement für das Gemeindearchiv vom 14. Oktober 1997 (RiE 153.900)
- 2.6 Reglement über die Bestattungen vom 15. April 1997 (RiE 390.890)

---

<sup>2</sup> Über Internet sind die gesetzlichen Grundlagen leicht zugänglich:

Unter [www.gesetzessammlung.bs.ch](http://www.gesetzessammlung.bs.ch) finden sich die kantonalen Erlasse und das Gemeinderecht. Ein Link führt direkt zur Systematischen Sammlung des Bundesrechts.



## B. Allgemeine Bestimmungen

1. Entsprechend den gesetzlichen Grundlagen in Gemeindeordnung und Finanzhaushaltsordnung werden im Folgenden für die Produktgruppe Publikumsdienste und Aussenbeziehungen Ziele und Globalkredit für die Jahre 2006 bis 2008 festgelegt.
2. Der Gemeinderat wird beauftragt, die vom Einwohnerrat festgelegten Ziele in der vorgegebenen Qualität und Quantität zu erreichen.
3. Dem Einwohnerrat wird *jährlich* entsprechend diesen Zielen ein *Leistungsbericht* unterbreitet. Der Bericht enthält die für die Steuerung durch den Einwohnerrat erforderlichen Informationen, insbesondere bezüglich Leistung, Qualität sowie Kosten und Erlöse. Die Abweichungen zwischen Zielvorgabe und Zielerreichung werden sichtbar gemacht und erklärt und die getroffenen Massnahmen dargelegt. Nach Ablauf der Leistungsauftrags-Dauer legt der Gemeinderat in einem Schlussbericht Rechenschaft über die Erfüllung des Leistungsauftrags ab (*Rechenschaftsbericht*).
4. Wenn sich die Verhältnisse grundlegend ändern und die Veränderungen nicht voraussehbar waren, kann der Einwohnerrat durch Beschluss - auf Antrag des Gemeinderats oder aufgrund eines parlamentarischen Vorstosses - entsprechend den Bestimmungen der Finanzhaushaltsordnung auch vor Ablauf der festgelegten Dauer den Leistungsauftrag und den Globalkredit beenden, verändern oder erneuern. Vorbehalten bleibt die Erfüllung rechtsverbindlich eingegangener Verpflichtungen. Im gegenseitigen Einvernehmen zwischen Einwohnerrat und Gemeinderat kann der Leistungsauftrag jederzeit verändert werden.
5. Die parlamentarische Oberaufsicht erstreckt sich gemäss § 21 Abs. 2 der Gemeindeordnung (GemO) auch auf externe Leistungserbringer. Der Gemeinderat wird beauftragt, in den entsprechenden Leistungsvereinbarungen mit Dritten darauf hinzuweisen.

## C. Globalkredit 2006 bis 2008



### Beantragter Globalkredit 2006/08: Fr. 7'416'000.-

Dieser Betrag basiert auf dem Basler Index der Konsumentenpreise (Stand Juni 2005). Die Anpassung erfolgt jeweils auf den 1. Januar des nachfolgenden Jahres, erstmals per 1. Januar 2007.

Vorbehalten bleiben Anpassungen, die gemäss Gemeindeordnung und Finanzhaushaltordnung in die Zuständigkeit des Gemeinderats fallen, nämlich:

- a) Nachkredite bis zu 10% des vom Einwohnerrat beschlossenen Kredits, höchstens jedoch Fr. 200'000.- (GemO § 37 Abs. 1 lit. c)
- b) gebundene Ausgaben (GemO § 37 Abs. 1 lit. d)

Die allfällige Ausübung dieser Kompetenzen ist im Rechenschaftsbericht des Gemeinderats an den Einwohnerrat zu begründen. Auch wird in den jährlichen Leistungsaufträgen darauf hingewiesen.

### Aufteilung des Globalkredits (in Tausend Franken)



(in TCHF)	Total	IST	IST	IST
	IST 2006/08	2006	2007	2008

<u>Übersicht Produktgruppe</u>				
Kosten der Produktgruppe (inkl. Umlagen)	8'793	2'970	2'884	2'939
- Erlöse der Produktgruppe	1'377	459	459	459
<b>Nettokosten der Produktgruppe</b>	<b>7'416</b>	<b>2'511</b>	<b>2'425</b>	<b>2'480</b>

<u>Produktgruppe nach Produkten</u>				
<b>Nettokosten der Produkte</b>				
2.1 Einwohnerdienste	1'047	391	328	328
2.2 Aussenbeziehungen	377	128	127	122
2.3 Information und Gemeindemarketing	2'904	951	956	997
2.4 Sicherheit	138	46	46	46
2.5 Bestattungen und Friedhofpflege	1'296	443	424	429
<b>= Total Produktkosten (netto)</b>	<b>5'762</b>	1'959	1'881	1'922
+ Kosten (Stufe Produktgruppe)	12	4	4	4
<b>= direkte Nettokosten (= vor Umlagen)</b>	<b>5'774</b>	1'963	1'885	1'926
+ Gemeinkostenumlagen	1'642	548	540	554
<b>= Nettokosten der Produktgruppe</b>	<b>7'416</b>	<b>2'511</b>	<b>2'425</b>	<b>2'480</b>

**Kennzahlen der Produktgruppe**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Einwohnerzahl per Ende Jahr	<b>20'630</b>	<b>20'630</b>	<b>20'630</b>
Nettokosten pro Einwohner/-in CHF	<b>122</b>	<b>118</b>	<b>120</b>

## D. Ziele und Vorgaben

### 1. Programmatische Ziele der Produktgruppe



- 1.1 Die Gemeinde verpflichtet sich mit ihren Publikumsdiensten zu öffentlichen Dienstleistungen von hoher Qualität.
- 1.2 Die Bevölkerung erlebt die Publikumsdienste kundenorientiert und benutzerfreundlich, flexibel und innovativ.
- 1.3 Die Aussenbeziehungen der Gemeinde tragen dazu bei, der Bevölkerung den Kontakt mit den Nachbargemeinden, der Regio und darüber hinaus in kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht zu ermöglichen und erleichtern.
- 1.4 In der Beziehung zum Kanton trägt eine Klärung der Aufgaben- und Lastenteilung zwischen Einwohnergemeinden und Kanton zu einer konstruktiven Zusammenarbeit bei.
- 1.5 Im Wettbewerb mit den Nachbargemeinden und in Zusammenarbeit mit dem Kanton und der Regio profiliert sich Riehen mit einem Gemeindemarketing, welches die Qualitäten und Stärken Riehens als Wohnort mit Lebenskultur aufzeigt.
- 1.6 Zusammen mit den zuständigen Sicherheitsorganen auf kommunaler, kantonaler, eidgenössischer und internationaler Ebene schenkt die Gemeinde der Sicherheit auf ihrem Gebiet die erforderliche Aufmerksamkeit.
- 1.7 Die Gemeinde bietet mit dem Gottesacker einen würdigen Ort für Trauer, Abschied und Gedenken.

## 2. Wirkungsziele der Produktgruppe



### 2.1 Die Leistungen der Gemeindeverwaltung im Bereich der Publikumsdienste geniessen bei der Bevölkerung einen guten Ruf.

<b>Indikator</b>	Zufriedenheit
<b>Standard</b>	80% sind sehr zufrieden oder zufrieden
<b>Messung</b>	Bevölkerungsbefragung 2009

### 2.2 Dank engagierter Öffentlichkeitsarbeit wird die Dokumentationsstelle als Anlaufstelle für Riehens Dorfgeschichte und Gegenwart wahrgenommen und stets besser frequentiert.

<b>Indikator</b>	Beratungen, Auskünfte
<b>Standard</b>	Steigerung um 30% von 2006 - 2008
<b>Messung</b>	Erhebung der Verwaltung

### 2.3 Die regelmässige Pflege der Aussenbeziehungen führt zu einem offenen, tragfähigen Verhältnis Riehens zu den Nachbargemeinden und der jeweiligen Bevölkerung.

<b>Indikator</b>	Wahrnehmung durch die Exekutiven der Nachbargemeinden
<b>Standard</b>	positive oder überwiegend positive Wahrnehmung bei allen Befragten
<b>Messung</b>	Erhebung der Verwaltung

### 2.4 Die Gemeinde Riehen wird vom Kanton als selbständiges Gemeinwesen und als Partnerin bei der Erfüllung der Aufgaben unseres Kantons ernst genommen.

<b>Indikator 1</b>	Qualität der Zusammenarbeit zwischen kantonaler Verwaltung und Gemeinde
<b>Standard 1</b>	Beurteilung durch Kadermitarbeitende der kantonalen Verwaltung und der Gemeindeverwaltung zu 90% als positiv oder überwiegend positiv
<b>Messung 1</b>	Erhebung der Verwaltung (Stichprobe)
<b>Indikator 2</b>	rechtzeitiger Einbezug der Gemeinde durch den Kanton unterbleibt, obwohl von der Sache her angezeigt
<b>Standard 2</b>	höchstens 1 x pro Jahr
<b>Messung 2</b>	Erhebung der Verwaltung

**2.5 Aktives Gemeindemarketing trägt dazu bei, dass Riehen als bevorzugter Ort zum Wohnen und Verweilen bekannt gemacht und erlebt wird.**

**Indikator 1** Zuzug

**Standard 1** Riehen wird (abgesehen von persönlichen Beziehungen) überwiegend als Wohnort gewählt, weil es einen Ruf als Gemeinde mit hoher Lebenskultur genießt

**Messung 1** Periodische Befragung der Neuzuzüger(-innen) durch die Verwaltung

**Indikator 2** Tagungen bzw. Anlässe mit Publizität

**Standard 2** Anzahl der Anlässe nimmt von 2006 bis 2008 um 10% zu

**Messung 2** Erhebung der Verwaltung



**3. Andere Vorgaben**

Keine.

#### 4. Produkte

Produkt	strategische Führung	operative Führung
2.1 Einwohnerdienste	Maria Iselin	Urs Denzler

##### 1. Erlass oder Änderungen produktspezifischer Ordnungen



Keine.

##### 2. Leistungsziele



###### 2.1 Dienstleistungen werden dem Publikum kundenfreundlich angeboten.

<b>Indikator</b>	Kundenzufriedenheit
<b>Standard</b>	weniger als 10 Reklamationen pro Jahr
<b>Messung</b>	Erhebung der Verwaltung

###### 2.2 Jede Dienstleistung wird daraufhin geprüft, ob sie online angeboten werden kann.

<b>Indikator</b>	Prüfung auf online-Tauglichkeit
<b>Standard</b>	jede Dienstleistung
<b>Messung</b>	Feststellung der Verwaltung

###### 2.3 Ein umfassendes Dienstleistungsangebot im online-Schalter der Website minimiert die Notwendigkeit persönlicher Vorsprachen bei den Amtsstellen.

<b>Indikator</b>	Geschäftsabwicklung am online-Schalter
<b>Standard</b>	jährliche steigende Nutzung des online-Schalters
<b>Messung</b>	dem Web-Auftritt hinterlegte automatische Statistik

###### 2.4 Die Dokumentationsstelle (Archiv und Historisches Grundbuch) bietet Schulungen und Kurse an, steigert ihre beratende Tätigkeit nach innen und aussen und generiert damit Einnahmen.

<b>Indikator</b>	Einnahmen
<b>Standard</b>	gemäss jährlichem Budget
<b>Messung</b>	Erhebung der Verwaltung

##### 3. Andere Vorgaben



Keine.

2.1 Einwohnerdienste

Maria Iselin

Urs Denzler

## 4. Produktbudget



### Produkt Einwohnerdienste

(in TCHF)

Total 2006/08	2006	2007	2008
------------------	------	------	------

<b>Produkt-Übersicht</b>				
Kosten des Produkts	1'743	623	560	560
- Erlöse des Produkts	696	232	232	232
<b>Nettokosten des Produkts</b>	<b>1'047</b>	<b>391</b>	<b>328</b>	<b>328</b>

<b>Kosten (Details)</b>				
Sachkosten	621	253	184	184
eigene Beiträge				
Leistungsverrechnungen	1'080	356	362	362
<b>= direkte Kosten</b>	<b>1'701</b>	<b>609</b>	<b>546</b>	<b>546</b>
zuweisbare Abschreibungen				
übrige interne Verrechnungen	42	14	14	14
zuweisbare Umlagen				
<b>= Gesamt-Kosten</b>	<b>1'743</b>	<b>623</b>	<b>560</b>	<b>560</b>

<b>Erlöse (Details)</b>				
Regalien und Konzessionen				
Vermögenserträge				
Entgelte	696	232	232	232
Rückerstattungen				
Beiträge für eigene Rechnung				
<b>= Erlöse</b>	<b>696</b>	<b>232</b>	<b>232</b>	<b>232</b>

## 5. Produktkennzahlen



	2006	2007	2008
Einwohnerzahl per Ende Jahr	20'630	20'630	20'630
Nettokosten pro Einwohner/-in	CHF 19	16	16

Produkt	strategische Führung	operative Führung
<b>2.2 Aussenbeziehungen</b>	<b>Maria Iselin</b>	<b>Andreas Schuppli</b>

## 1. Erlass oder Änderungen produktspezifischer Ordnungen



Keine.

## 2. Leistungsziele



### 2.1 Nachbargemeinden und Region

#### 2.1.1 Riehen setzt sich für grenzüberschreitende Planungen, Projekte und Aktivitäten ein und spielt dabei eine aktive Rolle.

**Indikator** grenzüberschreitende Planungen, Projekte und Aktivitäten

**Standard** Riehen tritt aktiv in Erscheinung

**Messung** jährliche Feststellung der Verwaltung

#### 2.1.2 Riehen setzt sich als Mitglied der massgebenden regionalen Organisationen mit politischer Ausrichtung an deren Konferenzen und Anlässen insbesondere für die Bündelung der Kräfte und die Schaffung von verbindlichen Strukturen in der Europaregion Basel ein.

**Indikator** Teilnahme an den Konferenzen und Anlässen der Trinationalen Agglomeration (Verein TAB), Infobest Palmrain, RegioTriRhena-Rat, Nachbarschaftskonferenz, Trinationales Umweltzentrum (TRUZ)

**Standard 1** Riehen nimmt in der Regel teil

**Messung 1** Feststellung der Verwaltung

**Standard 2** je ein der Zielsetzung entsprechender Vorstoss im Vorstand TAB, Regio-TriRhena-Rat und Nachbarschaftskonferenz

**Messung 2** Feststellung der Riehener Delegation

#### 2.1.3 In regelmässigen Abständen erfolgen Einladungen oder Gegeneinladungen an die Exekutiven bzw. das Präsidium der Nachbargemeinden Basel, Bettingen, Weil am Rhein, Lörrach, Inzlingen, Grenzach-Wyhlen, Birsfelden.

**Indikator** Besuch oder Gegenbesuch

**Standard** jede Nachbargemeinde mind. ein Mal bis Ende 2008

**Messung** Feststellung der Verwaltung

## 2.2 Beziehung Gemeinde / Kanton

Im Rahmen des Projekts "Neuordnung des Verhältnisses Kanton / Einwohnergemeinden (NOKE)" wird eine Aufgaben- und Kostenverteilung zwischen Kanton und Gemeinde Riehen erzielt, welche die im Juni 2002 in einer kantonalen Volksabstimmung beschlossene Änderung des Steuerschlüssels durch eine für Riehen mit Autonomiegewinn verbundene definitive Regelung ablöst.

**Indikator** Vorliegen entsprechender Rechtsgrundlagen

**Standard** Ende 2007

**Messung 1** Feststellung der Verwaltung

**Messung 2** Beurteilung des inhaltlichen Ergebnisses durch den Gemeinderat



## 3. Andere Vorgaben

Keine.

## 4. Produktbudget



### Produkt Aussenbeziehungen

(in TCHF)

Total 2006/08	2006	2007	2008
------------------	------	------	------

<b>Produkt-Übersicht</b>				
Kosten des Produkts	377	128	127	122
- Erlöse des Produkts				
<b>Nettokosten des Produkts</b>	<b>377</b>	<b>128</b>	<b>127</b>	<b>122</b>

<b>Kosten</b> (Details)				
Sachkosten	147	49	49	49
eigene Beiträge	138	46	46	46
Leistungsverrechnungen	92	33	32	27
<b>= direkte Kosten</b>	<b>377</b>	<b>128</b>	<b>127</b>	<b>122</b>
zuweisbare Abschreibungen				
übrige interne Verrechnungen				
zuweisbare Umlagen				
<b>= Gesamt-Kosten</b>	<b>377</b>	<b>128</b>	<b>127</b>	<b>122</b>

<b>Erlöse</b> (Details)				
Regalien und Konzessionen				
Vermögenserträge				
Entgelte				
Rückerstattungen				
Beiträge für eigene Rechnung				
<b>= Erlöse</b>				

## 5. Produktkennzahlen



	2006	2007	2008
Einwohnerzahl per Ende Jahr	20'630	20'630	20'630
Nettokosten pro Einwohner/-in	CHF 6	6	6

Produkt	strategische Führung	operative Führung
<b>2.3</b>	<b>Information und Gemeindefmarketing</b>	<b>Maria Iselin</b>
		<b>Urs Denzler</b>

## 1. Erlass oder Änderungen produktspezifischer Ordnungen



Keine.

## 2. Leistungsziele



### 2.1 Einwohnerrat, Gemeinderat und Verwaltung nutzen die verschiedenen Kommunikationsgefässe, um zu den wichtigen Themen in geeigneter Weise offen und direkt zu informieren.

**Indikator** Publikation wichtiger Themen und Beschlüsse

**Standard** aktuelle und rasche Kommunikation an Medien sowie via Internet und Aushang

**Messung** Erhebung der Verwaltung

### 2.2 Mit den Wenkenhofgesprächen bietet Riehen ab 2006 eine Plattform, um jährlich ein aktuelles gesellschaftspolitisches Thema von regionaler Bedeutung vertieft, innovativ und nachhaltig zur Sprache zu bringen.

**Indikator 1** Wenkenhofgespräch

**Standard 1** jährlich realisiert

**Messung 1** Feststellung der Verwaltung

**Indikator 2** Medienpräsenz

**Standard 2** in allen wichtigen Medienerzeugnissen der Region

**Messung 2** Erhebung der Verwaltung

### 2.3 Zusammen mit privaten Partnern aus Handel, Gewerbe und Kultur werden konkrete Projekte zur Belebung des Dorfcentrums und Stärkung des ortsansässigen Handels und Gewerbes für Güter und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs entwickelt und umgesetzt.

**Indikator** Projekte gemäss jährlicher Zielsetzung

**Standard** mindestens eines pro Jahr

**Messung** Feststellung der Verwaltung

### 3. Andere Vorgaben



Keine.

## 4. Produktbudget



### Produkt Information und Gemeindemarketing

(in TCHF)

Total 2006/08	2006	2007	2008
------------------	------	------	------

<b>Produkt-Übersicht</b>				
Kosten des Produkts	2'904	951	956	997
- Erlöse des Produkts				
<b>Nettokosten des Produkts</b>	<b>2'904</b>	<b>951</b>	<b>956</b>	<b>997</b>

<b>Kosten</b> (Details)				
Sachkosten	1'555	502	502	551
eigene Beiträge	90	30	30	30
Leistungsverrechnungen	568	190	189	189
<b>= direkte Kosten</b>	<b>2'213</b>	<b>722</b>	<b>721</b>	<b>770</b>
zuweisbare Abschreibungen				
übrige interne Verrechnungen	691	229	235	227
zuweisbare Umlagen				
<b>= Gesamt-Kosten</b>	<b>2'904</b>	<b>951</b>	<b>956</b>	<b>997</b>

<b>Erlöse</b> (Details)				
Regalien und Konzessionen				
Vermögenserträge				
Entgelte				
Rückerstattungen				
Beiträge für eigene Rechnung				
<b>= Erlöse</b>				



## 5. Produktkennzahlen

	2006	2007	2008
Einwohnerzahl per Ende Jahr	20'630	20'630	20'630
Nettokosten pro Einwohner/-in	CHF 46	46	48

Produkt	strategische Führung	operative Führung
<b>2.4 Sicherheit</b>	<b>Maria Iselin</b>	<b>Urs Denzler</b>

### 1. Erlass oder Änderungen produktspezifischer Ordnungen



Keine.

### 2. Leistungsziele



#### 2.1 **Es wird ein regelmässiger Austausch mit den für Riehen zuständigen Sicherheitsorganen (Kantonspolizei, Grenzwachtkorps, Kantonaler Führungsstab, etc.) gepflegt.**

**Indikator** Gespräche mit den zuständigen Diensten

**Standard** jährlich je ein Mal

**Messung** Feststellung der Verwaltung

#### 2.2 **Organisation und Dokumentation des Gemeindeführungsstabs werden den neuen Sicherheitsbedürfnissen angepasst**

**Indikator** Dokumentation für den Krisenfall

**Standard** totalrevidiert bis Ende 2006

**Messung** Feststellung der Verwaltung



### 3. Andere Vorgaben

Keine.

2.4 Sicherheit

Maria Iselin

Urs Denzler

## 4. Produktbudget



### Produkt Sicherheit

(in TCHF)

Total 2006/08	2006	2007	2008
------------------	------	------	------

<b>Produkt-Übersicht</b>				
Kosten des Produkts	138	46	46	46
- Erlöse des Produkts				
<b>Nettokosten des Produkts</b>	<b>138</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>46</b>

<b>Kosten (Details)</b>				
Sachkosten	3	1	1	1
eigene Beiträge				
Leistungsverrechnungen	6	2	2	2
<b>= direkte Kosten</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
zuweisbare Abschreibungen				
übrige interne Verrechnungen	129	43	43	43
zuweisbare Umlagen				
<b>= Gesamt-Kosten</b>	<b>138</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>46</b>

<b>Erlöse (Details)</b>				
Regalien und Konzessionen				
Vermögenserträge				
Entgelte				
Rückerstattungen				
Beiträge für eigene Rechnung				
<b>= Erlöse</b>				

## 5. Produktkennzahlen



	2006	2007	2008
Einwohnerzahl per Ende Jahr	20'630	20'630	20'630
Nettokosten pro Einwohner/-in	CHF 2	2	2

Produkt	strategische Führung	operative Führung
2.5 Bestattungen und Friedhofspflege	Maria Iselin	Fritz Braun

### 1. Erlass oder Änderungen produktspezifischer Ordnungen

Keine.



### 2. Leistungsziele



#### 2.1 Angehörige erfahren kompetente und einfühlsame Beratung betreffend Bestattung und Grabpflege.

**Indikator** Zufriedenheit

**Standard** Weniger als 5 schriftliche Reklamationen jährlich

**Messung** Feststellung der Verwaltung

#### 2.2 Die Besucher(-innen) sind mit dem gepflegten Erscheinungsbild des Gottesackers zufrieden.

**Indikator** Zufriedenheit

**Standard** Weniger als 5 schriftliche Reklamationen jährlich

**Messung** Feststellung der Verwaltung



### 3. Andere Vorgaben

Keine.

## 4. Produktbudget



### Produkt Bestattungen und Friedhofpflege

(in TCHF)

Total 2006/08	2006	2007	2008
------------------	------	------	------

<b>Produkt-Übersicht</b>				
Kosten des Produkts	1'977	670	651	656
- Erlöse des Produkts	681	227	227	227
<b>Nettokosten des Produkts</b>	<b>1'296</b>	<b>443</b>	<b>424</b>	<b>429</b>

<b>Kosten (Details)</b>				
Sachkosten	387	129	129	129
eigene Beiträge				
Leistungsverrechnungen	1'238	414	410	414
<b>= direkte Kosten</b>	<b>1'625</b>	<b>543</b>	<b>539</b>	<b>543</b>
zuweisbare Abschreibungen	9	3	3	3
übrige interne Verrechnungen	343	124	109	110
zuweisbare Umlagen				
<b>= Gesamt-Kosten</b>	<b>1'977</b>	<b>670</b>	<b>651</b>	<b>656</b>

<b>Erlöse (Details)</b>				
Regalien und Konzessionen				
Vermögenserträge				
Entgelte	681	227	227	227
Rückerstattungen				
Beiträge für eigene Rechnung				
<b>= Erlöse</b>	<b>681</b>	<b>227</b>	<b>227</b>	<b>227</b>

## 5. Produktkennzahlen



	2006	2007	2008
Einwohnerzahl per Ende Jahr	20'630	20'630	20'630
Nettokosten pro Einwohner/-in	CHF 21	21	21