



# Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt

An den Grossen Rat

11.0376.01

PD/P110376  
Basel, 23. März 2011

Regierungsratsbeschluss  
vom 22. März 2011

## Ratschlag

**Kredit für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt  
(Einkauf von Marketingleistungen im Zeitraum von 2011 bis  
2016) im Rahmen des internationalen Hallentennisturniers  
Swiss Indoors Basel**

## 1. Begehren

Mit diesem Ratschlag beantragen wir Ihnen, für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (2011 bis 2016) im Rahmen des internationalen Hallentennisturniers Swiss Indoors Basel einen Kredit von CHF 1'944'000 (inkl. MWST) zu bewilligen.

## 2. Stellenwert der Swiss Indoors Basel

Die Swiss Indoors Basel - vormals Davidoff Swiss Indoors Basel - sind der grösste nationale Sportanlass und das drittgrösste Hallenturnier der Welt. Sie verhelfen dem Standort Basel seit Jahren zu einem grossen Image- und Marketing-Effekt. Das Turnier, welches schon seit Jahren auch den Namen der Stadt in seiner Marke trägt, ist in den vergangenen Jahren zu einem sportlichen und gesellschaftlichen Höhepunkt geworden. Gegen 70'000 Besucherinnen und Besucher erleben jedes Jahr dieses Turnier live mit. Mehrere Millionen Menschen verfolgen die Tennisspiele am Fernsehen. Das Schweizer Fernsehen und SPORT1 (vormals Eurosport) übertragen die Spiele täglich live; weitere Übertragungen erfolgen in den USA und in weiten Teilen Südamerikas und Asiens.

Die Swiss Indoors Basel haben in den vergangenen Jahren ihre Position als eines der weltweit bedeutendsten Hallenturniere eindrucksvoll bestätigt. Mit ihrer international starken Beachtung bilden die Swiss Indoors Basel für Basel eine ideale Plattform, um sich als leistungsfähige und attraktive Wirtschaftsmetropole, als beliebter Wohnort und Kulturmetropole weltweit präsentieren zu können. Als Glücksfall für das Turnier und die Region Basel gilt es insbesondere die grosse Ausstrahlung des Lokalmatadoren Roger Federer zu erwähnen. Dank diesem Aushängeschild kann ein grosser Bezug zur Region hergestellt werden, was eine Grundvoraussetzung für die Marketingaktivitäten darstellt.

Mit Inkrafttreten der neuen ATP-Struktur sind die Swiss Indoors Basel in eine höhere Kategorie aufgestiegen und gehören seit Herbst 2009 zu den Turnieren mit Status "500". Dieser Aufstieg bedeutet eine weitere Aufwertung dieses internationalen Sportturniers und ist eine grosse Anerkennung für den langjährigen persönlichen Einsatz des Turnierdirektors zugunsten dieses internationalen Grossanlasses. Dass Basel seither mit den Turnierstädten Washington, Barcelona, Dubai, Peking oder Tokio gleichgesetzt wird, bringt unserer Stadt und Region eine grosse Aufmerksamkeit. Damit leisten die Turnier-Verantwortlichen einen grossen Beitrag zur Imagebildung Basels und zu einem erfolgreichen Standortmarketing.

## 3. Erstmaliges Marketing-Engagement im Jahre 2006

Der Regierungsrat hat im Herbst 2006 entschieden, das internationale Tennisturnier 2006 erstmals als Werbeplattform zu nutzen. Mit dieser Entscheidung wurde ermöglicht, dass der

Schriftzug Basel an diesem hochkarätigen, internationalen Tennisturnier auf dem Center Court zu sehen ist.

Mit diesem erstmals auf ein Jahr befristeten Engagement ermöglichte der Regierungsrat, die attraktive Marketingplattform zu nutzen und somit Basel als Wirtschaftsstandort und kulturelles Zentrum einer prosperierenden trinationalen Region weltweit bekannter zu machen. Diese Marketing-Aktion bot einen messbaren Mehrwert für Basel, zumal der Anlass mit Roger Federer als Aushängeschild grosse Aufmerksamkeit genießt.

Im Anschluss an die medial äusserst erfolgreichen Swiss Indoors Basel 2006 sind die einzelnen vom Kanton Basel-Stadt initiierten Massnahmen detailliert ausgewertet worden.

### 3.1 Auswertung des Engagements 2006

Der Schriftzug Basel wurde zwei Mal äusserst prominent auf dem Central Court angebracht. Er war somit nicht nur für die gegen 70'000 Besucherinnen und Besucher in der St. Jakobshalle Basel, sondern insbesondere für die Millionen Zuschauer, welche die Spiele weltweit vor ihren Fernsehbildschirmen mitverfolgten, äusserst sichtbar vertreten. Allein auf Eurosport und Eurosport 2 schauten rund 14,3 Mio. verschiedene Zuschauer die Spiele am Fernsehen. Die Übertragungsdauer der Swiss Indoors Basel betrug im Jahr 2006 weit über 20 Stunden.

Um dieses Marketing-Engagement des Kantons zu begleiten und dessen Wirkung zu verstärken, präsentierte sich Basel im Jahr 2006 auf dem TV-Kanal Eurosport jeweils vor und während der Übertragung aus der St. Jakobshalle mit einem kurzen TV-Spot. Insgesamt wurden 91 Spots von sechs Sekunden Dauer ausgestrahlt. In diesen TV-Spots vor und während den Übertragungen wurde der Schriftzug Basel mit [www.basel.ch](http://www.basel.ch) zentral gezeigt. Eine genauere Auswertung ergab folgende Quoten:

<b>TV-Spotdauer</b>	<b>6 Sekunden</b>
<b>Anzahl TV-Spotschaltungen</b> (Eurosport und Eurosport2)	<b>91 Einsätze</b> (nur 80 Spots wurden verrechnet)
<b>Erreichte Kontakte Europa</b> (Haushalte und Fernsehzuschauer öffentlich) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eurosport</li> <li>• Eurosport 2</li> </ul>	<b>32 Mio. Zuschauer/innen</b>  28 Mio. Zuschauer/innen 4 Mio. Zuschauer/innen
<b>Erreichte unterschiedliche Zuschauer/innen</b>	<b>14,3 Mio. Zuschauer/innen</b>

Aufgrund der verschiedenen Auswertungen darf das Marketing-Engagement zwischen den Swiss Indoors Basel und dem Kanton Basel-Stadt sowie die verschiedenen Begleitmassnahmen als äusserst erfolgreich angesehen werden.

Mit ihrer international starken Beachtung und Roger Federer als Aushängeschild bilden die Swiss Indoors Basel für den Kanton Basel-Stadt eine ideale Kommunikationsplattform, um Basel als leistungsfähige und attraktive Wirtschaftsmetropole, als beliebter Wohnort und als touristische Destination weltweit präsentieren zu können.

#### **4. Abschluss eines Marketing-Engagement für 2007 bis 2012**

Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit im Jahr 2006 hat der Regierungsrat im August 2007 entschieden, das Marketing-Engagement mit den Swiss Indoors weiterzuführen und das Turnier als Marketingplattform für Basel wiederkehrend bis 2012 zu nutzen. Damit wurde sichergestellt, dass der Schriftzug Basel weiterhin an diesem hochkarätig besetzten internationalen Tennisturnier auf dem Center Court zu sehen ist.

Im Rahmen einer vertraglichen Vereinbarung wurden zwischen dem Kanton Basel-Stadt und der Turnierleitung die entsprechenden Marketing-Leistungen und Gegenleistungen schriftlich festgehalten. Neben der Präsenz des Schriftzuges Basel wurde unter anderem auch festgehalten, dass der Kanton Basel-Stadt die jährliche Begleitkampagne in Form der TV-Spots weiterführen wird. Gleichzeitig verpflichtete sich die Turnierleitung, dem Kanton Basel-Stadt im jährlich erscheinenden Tennis-Year-Book mindestens fünf Seiten Redaktionstext für einen Imagetext über Basel und ein ganzseitiges Inserat (mehrfarbig) kostenlos zur Verfügung zu stellen. Zudem wird der Kanton Basel als Co-Sponsor (mit der Dachmarke Basel) auf der Homepage der Swiss Indoors Basel aufgeführt und verlinkt.

Aus Anlass des 40-Jahre-Jubiläums der Swiss Indoors Basel hat der Regierungsrat im August 2010 zudem entschieden, neben der prominenten Platzierung des Schriftzuges Basel auf dem Center Court zusätzlich die Bandenwerbung im Jubiläumsjahr zu übernehmen.

#### **5. Verlängerung des bestehenden Vertrages bis 2016**

Der Regierungsrat erachtet die Swiss Indoors sowohl in sportlicher Hinsicht als auch mit Blick auf die hervorragende internationale Wahrnehmung unseres Kantons als einen der bedeutendsten Anlässe im Jahreskalender unserer Stadt. Roger Brennwald ist es gelungen, im Zeitraum von vier Jahrzehnten dieses Turnier auf höchstes internationales Niveau zu bringen.

Aus Anlass des 40-Jahre-Jubiläums der Swiss Indoors Basel wollte der Regierungsrat ein deutliches Zeichen setzen, um die enorme Bedeutung dieses Turniers und das grosse Interesse an dieser Marketingplattform zu unterstreichen. Mit einem langfristigen Commitment

des Kantons Basel-Stadt im bisherigen finanziellen Umfang konnte Roger Brennwald auch potentiellen Sponsoren gegenüber aufzeigen, dass er über einen starken Rückhalt am Austragungsort verfügt. Aus diesem Grunde hat der Regierungsrat signalisiert, den bis dato bestehenden Vertrag bis 2012 um vier Jahre, d.h. bis 2016 zu verlängern (auf der Basis der bisherigen Konditionen).

## **6. Kosten und Finanzierung**

Für die zweimalige Platzierung des Schriftzugs Basels, d.h. hinter beiden Grundlinien, bezahlt der Kanton Basel-Stadt seit 2006 den Swiss Indoors Basel einen jährlichen Betrag in der Höhe von CHF 250'000 (exkl. MWST).

Für die Begleitkampagne in Form von TV-Spots und Werbetrailers (ab 2006 auf Eurosport und ab 2010 auf SPORT1) wurde vom Regierungsrat ein jährlicher Betrag in der Höhe von CHF 50'000 (exkl. MWST) bewilligt.

Für Bandenwerbung aus Anlass des 40-Jahr-Jubiläums der Swiss Indoors Basel wurde vom Regierungsrat ein einmaliger Zusatzbetrag von CHF 250'000 (exkl. MWST) gesprochen.

Das bisherige Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel wurde jeweils öffentlich kommuniziert. Gleichzeitig wurde die Finanzkommission über jeweiligen Beschlüsse des Regierungsrates hinsichtlich der bisherigen Abgeltungen der Marketing-Leistungen in Kenntnis gesetzt.


Aufgrund der Längerfristigkeit des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel (Vertragsverlängerung bis 2016) und nach Absprache mit der Finanzkommission des Grossen Rates beantragt der Regierungsrat für das Marketing-Engagement im Rahmen der Swiss Indoors Basel 2011 bis 2016 einen Kredit in der Höhe von CHF 1'944'000 (inkl. MWST) für die Dauer 2011 bis 2016.

## **7. Antrag**

Das Finanzdepartement hat den vorliegenden Ratschlag gemäss §55 des Gesetzes über den kantonalen Finanzhaushalt (Finanzhaushaltgesetz) vom 16. April 1997 überprüft.

Gestützt auf unsere Ausführungen beantragen wir dem Grossen Rat die Annahme des nachstehenden Beschlusentwurfes.

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Guy Morin  
Präsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl  
Staatschreiberin

**Beilage**  
Entwurf Grossratsbeschluss

## Grossratsbeschluss

### **Kredit für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen im Zeitraum von 2011 bis 2016) im Rahmen des internationalen Hallentennisturniers Swiss Indoors Basel**

(vom [Hier Datum eingeben])

Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt, nach Einsicht in den oben stehenden Ratschlag, beschliesst:

://: Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen im Zeitraum von 2011 bis 2016) im Rahmen des internationalen Hallentennisturniers Swiss Indoors Basel wird ein Kredit von CHF 1'944'000 (inkl. MWST) zu Lasten der laufenden Rechnungen 2011 (CHF 324'000), 2012 (CHF 324'000), 2013 (CHF 324'000), 2014 (CHF 324'000), 2015 (CHF 324'000), 2016 (CHF 324'000) bewilligt.

Dieser Beschluss ist zu publizieren, er untersteht dem Referendum.