



An den Grossen Rat

22.1133.01

23.0617.01

PD/P221133, P230617

Basel, 17. Mai 2023

Regierungsratsbeschluss vom 16. Mai 2023

Ratschlag «Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel für die Jahre 2023-2026»

sowie

Nachtragskredit «Erhöhung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel für das Jahr 2023»

Inhalt

1. Begehren	3
2. Stellenwert der Swiss Indoors Basel	3
3. Engagements im Rahmen der Swiss Indoors Basel	3
3.1 Bisherige Marketing-Engagements.....	3
3.2 Auswertung der Sichtbarkeit des Schriftzugs Basel auf dem Center Court	4
4. Verlängerung des Marketing-Engagements bis 2026	4
5. Würdigung	5
6. Finanzielle Auswirkungen	5
7. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung	6
8. Antrag	6

1. Begehren

Mit diesem Ratschlag beantragen wir, gestützt auf §§ 1 und 3 Standortförderungsgesetz (SG 910.200), für die Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt (2023 bis 2026) im Rahmen des internationalen Hallenturniers Swiss Indoors Basel, Ausgaben von 2'160'000 Franken (inkl. MwSt.) zu bewilligen.

2. Stellenwert der Swiss Indoors Basel

Die Swiss Indoors Basel haben in den vergangenen Jahren ihre Position als eines der weltweit bedeutendsten Hallenturniere eindrucksvoll bestätigt. Mit Inkrafttreten der neuen ATP-Struktur gehören die Swiss Indoors Basel zu den Turnieren mit Status «500». Dass Basel seither mit den Turnierstädten Barcelona, Dubai, Peking, Wien, Rio de Janeiro, Washington oder Tokio gleichgesetzt wird, bringt unserer Stadt und Region eine grosse Aufmerksamkeit. Gleichwohl leisten auch die Turnier-Verantwortlichen einen grossen Beitrag zur Bekanntheitssteigerung Basels. Gemäss einer Studie des Turnierveranstalters («Global Broadcast and Sponsorship Performance Report ATP Basel 2019» der YouGov) wurde das Turnier 2019 in über 150 Ländern dieser Welt für über 3'500 Fernsehstunden international im Fernsehen übertragen und erreicht damit weltweit rund 450 Millionen Haushalte und direkt 20 Millionen TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer. Hinzu kommen rund 14 Millionen Social-Media Viewer. Mit dieser Ausstrahlung gehören die Swiss Indoors Basel zu den ATP-Spitzenreitern. Darüber hinaus finden sich jedes Jahr über 200 akkreditierte Journalistinnen und Journalisten in Basel ein, welche weiter zur Bekanntheit des Turniers, aber auch der Stadt Basel, beitragen. Der Regierungsrat erachtet die Swiss Indoors Basel sowohl in sportlicher Hinsicht als auch mit Blick auf die hervorragende internationale Wahrnehmung unseres Kantons als einen der bedeutendsten Anlässe im Jahreskalender unserer Stadt.

3. Engagements im Rahmen der Swiss Indoors Basel

3.1 Bisherige Marketing-Engagements

Für die zweimalige Platzierung des Schriftzugs Basels auf dem Center Court bezahlt der Kanton Basel-Stadt der Swiss Indoors AG seit 2006 einen jährlichen Betrag in der Höhe von 250'000 Franken (exkl. MwSt.). Die Kosten dieses finanziellen Engagements gingen bis 2007 jeweils zulasten des Kompetenzkontos des Regierungsrates und werden seit 2008 in den ordentlichen Budgetmitteln des Präsidialdepartements berücksichtigt. Aufgrund der Langfristigkeit des Marketing-Engagements und der Absprache mit der Finanzkommission des Grossen Rates wurde das finanzielle Engagement des Kantons bei den Swiss Indoors Basel in den Jahren 2011 bis 2016 dem Grossen Rat erstmalig als Ratschlag unterbreitet. Aufgrund der erfolgreichen Umsetzung und positiven Auswertungen der Zusammenarbeit in den Jahren 2011 bis 2016 hat der Regierungsrat im Jahr 2015 entschieden, das Marketing-Engagement mit der Swiss Indoors AG weiterzuführen und das Turnier auch weiterhin als Marketingplattform für Basel zu nutzen. Für die Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt mit der Swiss Indoors AG (Einkauf von Marketingleistungen) im Zeitraum von 2017 bis 2022 beantragte der Regierungsrat beim Grossen Rat Ausgaben in der Höhe von 1'620'000 Franken (inkl. MwSt.). Diese Ausgaben wurden vom Grossen Rat mit Beschluss Nr. 15/50/04G am 9. Dezember 2015 bewilligt. Dieses Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt mit der Swiss Indoors AG lief mit der Austragung der Swiss Indoors Basel 2022 aus.

Das Engagement mit der Swiss Indoors AG wurde jeweils öffentlich kommuniziert. Dabei wurde stets betont, dass es sich beim finanziellen Engagement um den Einkauf einer Marketing-Plattform für die Platzierung des Schriftzuges «Basel» auf dem Center Court handelt. In einem Vertrag zwischen dem Kanton Basel-Stadt und der Swiss Indoors AG wurden die entsprechenden Marketing-Leistungen und Gegenleistungen schriftlich festgehalten. Neben der finanziellen Abgeltung des Schriftzuges «Basel» auf dem Center Court verpflichtet sich der Kanton für weitere Dienstleistungen wie unter anderem die Durchführung von Welcome-Aktionen für Spieler und Offizielle, die Beflaggung der Stadt mit Fahnen des Turniers, die Austragung der Auslosung im Rathaus (inkl. Apéro) sowie die Einbindung des Turniers in den Social-Media-Plattformen des Kantons.

3.2 Auswertung der Sichtbarkeit des Schriftzuges Basel auf dem Center Court

Eine detaillierte TV-Auswertung im Jahre 2017 hat ergeben, dass der Schriftzug «Basel» während über 745 Stunden im Fernsehen zu sehen war. Der mediale Gegenwert (Netto-Sponsoring-Wert) für die Sichtbarkeit des Schriftzuges «Basel» dürfte sich auf mehrere Millionen Franken belaufen. Aufgrund dieser Auswertung darf das Marketing-Engagement zwischen der Swiss Indoors AG und dem Kanton Basel-Stadt sowie die verschiedenen Begleitmassnahmen als äusserst erfolgreich angesehen werden.

4. Verlängerung des Marketing-Engagements bis 2026

Parallel zur Verlängerung des bisherigen Marketing-Engagements verhandelt der Kanton den Mietvertrag zwischen der Swiss Indoors AG und der St. Jakobshalle neu. Im Rahmen der Gespräche betreffend Verlängerung der beiden Verträge forderte die Turnierleitung eine «marktgerechtere Abgeltung» für den Schriftzug «Basel».

Als der Kanton Basel-Stadt mit der Swiss Indoors AG das Marketing-Engagement im Jahr 2006 einging, wurde der Wert des Schriftzuges «Basel» von Seiten der Turnierdirektion mit 500'000 Franken beziffert, wobei diese Werbefläche einzig für die austragenden Städte nutzbar ist und nicht kommerziell genutzt werden kann (ATP-Vorgabe). Die Turnierdirektion hat seinerzeit in Aussicht gestellt, sich dafür einzusetzen, dass sich der Kanton Basel-Landschaft im gleichen Umfang wie der Kanton Basel-Stadt an den Kosten beteiligen würde. Der Kanton Basel-Landschaft hat sich in der Folge bereit erklärt, sich analog Basel-Stadt an den Kosten dieses Schriftzuges zu beteiligen. Diese jährliche Unterstützung erfolgte jedoch nur bis 2016 und wurde danach eingestellt.

Im Rahmen der Vertragsverhandlungen für die Weiterführung des bestehenden Marketing-Engagements bis 2026 hat sich gezeigt, dass die Verantwortlichen der Swiss Indoors AG zukünftig eine «marktgerechtere Finanzierung» des Turniers von Seiten des Kantons Basel-Stadt fordern. Die Turnierleitung brachte im Rahmen der Gespräche zum Ausdruck, dass die Swiss Indoors Basel grundsätzlich nicht angemessen durch den Kanton Basel-Stadt unterstützt würden. Sie ersuchten daher um eine Erhöhung des bestehenden Marketing-Beitrages um 250'000 Franken (exkl. MwSt.) auf neu 500'000 Franken (exkl. MwSt.) p. a. Gleichzeitig wurden weitere Standortevaluationen zur Sprache gebracht.

Der Verbleib und die längerfristige Durchführung des internationalen Turniers in der St. Jakobshalle Basel ist für den Stellenwert des Veranstaltungsortes Basel und dessen überregionaler Ausstrahlung von grosser Bedeutung. Eine Erhöhung des bestehenden Engagements ist aus Standortmarketing-Sicht daher äusserst wichtig.

Bei der Akquisition von einmaligen internationalen Sportgrossanlässen, bei denen vergleichbare übergeordnete Standortinteressen angeführt werden, wurden in der Vergangenheit bereits höhere Beiträge gesprochen (unter anderem Kunstturn-Europameisterschaft 2021: 900'000 Franken; Fecht-Europameisterschaft 2024: 750'000 Franken). Der Kanton kommt ausserdem bei anderen, wiederkehrenden internationalen Sportgrossanlässen mit eher geringerer medialer Ausstrahlung ebenfalls mit vergleichsweise hohen Beiträgen entgegen, sei es mit Mitteln aus dem Swisslos-Sportfonds oder mit Beteiligungen an Hallenmieten. Der Regierungsrat hat sich daher für eine Erhöhung des bestehenden Marketing-Beitrages auf neu 500'000 Franken (exkl. MwSt.) p. a. ausgesprochen. Die nun vorliegende Erhöhung des Marketing-Engagements wurde an die vom Regierungsrat formulierten Bedingungen geknüpft, welche den Verbleib und die Verankerung des Turniers in Basel bis 2026 sichern sollen.

5. Würdigung

Die Swiss Indoors Basel sind sowohl in sportlicher Hinsicht als auch mit Blick auf die hervorragende internationale Wahrnehmung des Veranstaltungsortes Basel einer der bedeutendsten Anlässe im Jahreskalender des Kantons Basel-Stadt. Dem Gründer und Präsidenten der Swiss Indoors Basel, Roger Brennwald, ist es gelungen, dieses Turnier über fünf Jahrzehnte auf ein höchstes internationales Niveau zu bringen und auf diesem zu halten. Mit einer Vertragsverlängerung soll sichergestellt werden, dass der Schriftzug «Basel» weiterhin an diesem hochkarätig besetzten internationalen Tennisturnier auf dem Center Court zu sehen ist. Mit ihrer international starken Beachtung bilden die Swiss Indoors für Basel eine ideale Plattform, um sich als leistungsfähiger Wirtschaftsstandort, attraktiver Wohnort, renommierte Kulturmetropole sowie moderner Veranstaltungsort weltweit präsentieren zu können. Die besondere Ausstrahlung und Bedeutung der Swiss Indoors Basel in den letzten Jahren hing unter anderem auch mit dem in der Region verwurzelten Roger Federer zusammen. Dank ihm konnte in der Vergangenheit ein besonders prominenter Bezug zur Region hergestellt werden. Unabhängig von Roger Federers Karriereende soll aber am bestehenden Marketing-Engagement festgehalten werden. Dies aufgrund der Bedeutung und Ausstrahlung des Anlasses als ATP 500-Turnier sowie der bisherigen erfolgreichen Umsetzung und positiven Auswertungen. Zudem hat sich gezeigt, dass die mediale Berichterstattung - ohne die Teilnahme von Roger Federer am Turnier 2022 - nur geringfügig abgenommen hat.

Um das Engagement und die Leistungen des Kantons gesamthaft würdigen zu können, muss berücksichtigt werden, dass der Kanton der Swiss Indoors AG bei der Hallenmiete und deren Konditionen seit jeher in grossem Masse entgegenkommt. Die Verhandlungen über das Mietverhältnis der Swiss Indoors AG mit der St. Jakobshalle wurden im Herbst 2022 aufgenommen. Im Vordergrund steht eine Anpassung des bestehenden Vertrags an die aktuellen Verhältnisse. Im Rahmen der laufenden Gespräche soll insbesondere der Tatsache Rechnung getragen werden, dass die Sanierung und Modernisierung der St. Jakobshalle inzwischen abgeschlossen ist. Der Swiss Indoors AG steht für die Austragung des Turniers eine wesentlich grössere und modernere Halle zur Verfügung. Gleichzeitig ist im Moment noch nicht klar, wie sich die weitere Entwicklung des Turniers auf den zukünftigen Raumbedarf und weitere Serviceleistungen auswirken wird.

6. Finanzielle Auswirkungen

Für die zweimalige Platzierung des Schriftzugs «Basel», d.h. hinter beiden Grundlinien, bezahlt der Kanton Basel-Stadt den Swiss Indoors Basel seit 2006 einen jährlichen Betrag in der Höhe von 250'000 Franken (exkl. MwSt.). Dieser Betrag soll nun ab 2023 verdoppelt werden.

Aufgrund der Langfristigkeit des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel (Vertragsverlängerung bis 2026) beantragt der Regierungsrat Ausgaben in der Höhe von 2'160'000 Franken (inkl. MwSt.) für die Dauer 2023 bis 2026. Dieser Betrag setzt sich wie folgt zusammen:

	2023	ab 2024 p. a.	2023 bis 2026
Marketing-Engagement in Franken	500'000	500'000	2'000'000
MwSt. in Franken	38'500	40'500	160'000
Total in Franken	538'500	540'500	2'160'000

Der für die Marketingleistung bezahlte Betrag wird in der neuen Periode somit um 250'000 Franken p. a. (exkl. MwSt.) erhöht. Zudem soll der Vertrag neu über eine Laufzeit von vier, anstatt wie bisher sechs, Jahren abgeschlossen werden.

Im Budget 2023 des Präsidialdepartements sind aktuell 269'250 Franken für das Marketing-Engagement im Rahmen der diesjährigen Swiss Indoors Basel eingestellt. Aus diesem Grund wird mit dem vorliegenden Ratschlag ein Nachtragskredit für das Jahr 2023 in der Höhe von 269'250 Franken beantragt.

7. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung

Das Finanzdepartement hat den vorliegenden Ratschlag gemäss § 8 des Gesetzes über den kantonalen Finanzhaushalt (Finanzhaushaltsgesetz) vom 14. März 2012 überprüft.

8. Antrag

Gestützt auf unsere Ausführungen beantragen wir dem Grossen Rat die Annahme der nachstehenden Beschlussentwürfe.

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Beat Jans
Regierungspräsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin

Beilagen:

Entwurf Grossratsbeschlüsse

Grossratsbeschluss

Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel für die Jahre 2023-2026

(vom [Datum eingeben])

Der Grosse Rat des Kantons Basel Stadt, nach Einsichtnahme in den Ratschlag des Regierungsrates Nr. [Nummer eingeben] vom [Datum eingeben] und nach dem mündlichen Antrag der [Kommission eingeben] vom [Datum eingeben], beschliesst:

1. Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen) im Rahmen der Swiss Indoors Basel werden für die Jahre 2023-2026 Ausgaben von Fr. 2'160'000 (inkl. MwSt.) bewilligt.

Dieser Beschluss ist zu publizieren. Er untersteht dem Referendum.

Grossratsbeschluss

Nachtragskredit Nr. «Erhöhung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel für das Jahr 2023»

(vom [Datum eingeben])

Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt, nach Einsichtnahme in den Ratschlag des Regierungsrates Nr. [Nummer eingeben] vom [Datum eingeben] und nach dem mündlichen Antrag der [Kommission eingeben] vom [Datum eingeben], beschliesst:

1. Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen) im Rahmen der Swiss Indoors Basel wird für das Jahr 2023 ein Nachtragskredit von Fr. 269'250 (inkl. MwSt.) bewilligt (Präsidialdepartement, Dienststelle Aussenbeziehungen und Standortmarketing, Kostenartengruppe 31).

Dieser Beschluss ist zu publizieren.