



An den Grossen Rat

15.0979.01

PD / P150979

Basel, 8. Juli 2015

Regierungsratsbeschluss vom 7. Juli 2015

**Ratschlag «Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt bei den Swiss Indoors Basel für die Jahre 2017-2022»**

## Inhalt

<b>1. Begehren</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Stellenwert der Swiss Indoors Basel</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Engagements im Rahmen der Swiss Indoors Basel</b> .....	<b>3</b>
3.1 Bisherige Marketing-Engagements.....	3
3.2 Auswertung der Sichtbarkeit des Schriftzugs Basel auf dem Center Court .....	4
3.3 Auswertung der TV-Spots auf Sport1 .....	5
<b>4. Verlängerung des bestehenden Vertrages bis 2022</b> .....	<b>5</b>
<b>5. Finanzielle Auswirkungen</b> .....	<b>5</b>
<b>6. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung</b> .....	<b>6</b>
<b>7. Antrag</b> .....	<b>6</b>

## 1. Begehren

Mit diesem Ratschlag beantragen wir Ihnen, gestützt auf § 1 und § 3 Standortförderungsgesetz (SG 910.200) für die Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt (2017 bis 2022) im Rahmen des internationalen Hallenturniers Swiss Indoors Basel Ausgaben von 1'620'000 Franken (inkl. MWST) zu bewilligen.

## 2. Stellenwert der Swiss Indoors Basel

Die Swiss Indoors Basel sind der grösste nationale Sportanlass und das drittgrösste Hallenturnier der Welt, neben Paris und Shanghai. 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 Jahrzehnten zu einem sportlichen und gesellschaftlichen Höhepunkt geworden. Gegen 70'000 Besucherinnen und Besucher erleben jedes Jahr dieses Turnier live mit. Zudem werden die Spiele in über 180 Ländern während 3'338 Stunden (2014) am Fernsehen verfolgt.

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 seit 2009 zu den Turnieren mit Status "500". Im Jahr 2012 bestätigt die ATP-Direktion den Status der Swiss Indoors Basel als Turnier der Formel 500 bis 2018. Das Turnier bleibt damit als drittgrösstes Hallenturnier der Welt in der Champions League der Premium-Events. 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. Damit leisten die Turnier-Verantwortlichen einen grossen Beitrag zur Imagebildung Basels und zu einem erfolgreichen Standortmarketing.

Mit ihrer international starken Beachtung bilden die Swiss Indoors Basel für Basel eine ideale Plattform, um sich als leistungsfähige Wirtschaftsmetropole, als beliebter Wohnort, Kulturmetropole und attraktiver Veranstaltungsort 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.

## 3. Engagements im Rahmen der Swiss Indoors Basel

### 3.1 Bisherige Marketing-Engagements

Der Regierungsrat hat im Jahr 2006 erstmals entschieden, das internationale Tennisturnier als Werbeplattform zu nutzen. Mit dieser Entscheidung wurde ermöglicht, dass der Schriftzug Basel an diesem hochkarätigen, internationalen Tennisturnier auf dem Center Court zweimal zu sehen war. 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. Um dieses Marketing-Engagement des Kantons zu begleiten und dessen Wirkung zu verstärken, präsentierte sich Basel im Jahr 2006 auf

dem damaligen TV-Kanal Eurosport (heute Sport 1) jeweils vor und während der Übertragung aus der St. Jakobshalle mit einem kurzen TV-Spot.

Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit im Jahr 2006 hat der Regierungsrat entschieden, das Marketing-Engagement mit den Swiss Indoors Basel weiterzuführen und das Turnier als Marketingplattform für Basel wiederkehrend zu nutzen. Damit wurde sichergestellt, dass der Schriftzug Basel weiterhin an diesem hochkarätig besetzten, internationalen Tennisturnier auf dem Center Court zu sehen ist. Aufgrund der Längerfristigkeit des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel und nach Absprache mit der Finanzkommission des Grossen Rates beantragte der Regierungsrat seinerzeit für das Marketing-Engagement im Rahmen der Swiss Indoors Basel 2011 bis 2016 Ausgaben in der Höhe von 1'944'000 Franken (inkl. MWST) für die Dauer 2011 bis 2016. Diese Ausgaben wurden vom Grossen Rat mit Beschluss Nr. 11/23/13G bewilligt.

Im Rahmen einer vertraglichen Vereinbarung für die Dauer 2011 bis 2016 wurden zwischen dem Kanton Basel-Stadt und der Swiss Indoors AG die entsprechenden Marketing-Leistungen und Gegenleistungen schriftlich festgehalten. Neben der Präsenz des Schriftzuges Basel wurde unter anderem festgehalten, dass der Kanton Basel-Stadt die jährliche Begleitkampagne in Form der TV-Spots auf Sport1 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 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. Im Rahmen dieses Engagements hat die Turnierleitung dem Kanton Basel-Stadt in den vergangenen Jahren zudem freiwillig und kostenlos die attraktive Bandenwerbung in bester Position hinter den Grundlinien zur Verfügung gestellt.

Zudem wurde im Vertrag ausdrücklich erwähnt, dass die Direktion der Swiss Indoors Basel bei weiteren potentiellen Geldgebern vorstellig werden kann, um zusätzliche Finanzmittel für die Bodenaufschrift zu generieren. Mit Roger Brennwald wurde vereinbart, dass die Gespräche für eine zusätzliche Beteiligung des Kantons Basel-Landschaft durch die Turnierleitung erfolgen wird. Der Kanton Basel-Landschaft hat sich in der Zwischenzeit bereit erklärt, sich für die Jahre 2014 und 2015 mit einem Betrag in der Höhe von je 250'000 Franken (analog Basel-Stadt) an den Kosten dieses Schriftzuges zu beteiligen. Gespräche mit dem Kanton Basel-Landschaft, bezüglich der Weiterführung dieses Engagements, stehen noch aus.

### **3.2 Auswertung der Sichtbarkeit des Schriftzugs Basel auf dem Center Court**

Eine Auswertung im Jahre 2014 bezüglich der Sichtbarkeit des Schriftzuges Basel hat ergeben, dass während den weltweiten Fernsehübertragungen in 180 Ländern mit einer Gesamtlänge von 3'338 Stunden der Schriftzug Basel wie folgt sichtbar war:

- Schriftzug Basel auf dem Center Court: 464 Stunden
- Schriftzug Basel auf den Banden: 998 Stunden

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

### **3.3 Auswertung der TV-Spots auf Sport1**

Obwohl die Fernseh-Spots ab 2016 nicht mehr geschaltet werden sollen, werden der guten Ordnung halber die im Jahre 2014 im Vorfeld und während der Swiss Indoors Basel auf Sport1 gezeigten TV-Spots nachfolgend nochmals detailliert ausgewiesen:

- 58 Image-Spots zum Standort Basel (Dauer jeweils 25 Sekunden)
- 92 Spots zum Co-Sponsoring des Kantons (Dauer jeweils 5 Sekunden)

Insgesamt konnten mit den oben erwähnten TV-Spots rund 13 Millionen Kontakte erzielt werden.

## **4. Verlängerung des bestehenden Vertrages bis 2022**

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 über vier Jahrzehnten dieses Turnier auf höchstes internationales Niveau zu bringen.

Aus diesem Grund möchte der Regierungsrat gegenüber den Turnierverantwortlichen mit einer Verlängerung des 2016 auslaufenden Vertrages 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 kann Roger Brennwald auch potentiellen Sponsoren gegenüber aufzeigen, dass er über einen starken Rückhalt am Austragungsort verfügt. Aus diesem Grunde hat der Regierungsrat signalisiert, den im Jahr 2016 auslaufenden Vertrag um sechs Jahre, d.h. bis 2022 zu verlängern, wobei die TV-Spots auf Sport1 als Begleitmassnahme zu diesem Engagement - im Rahmen der generellen Aufgabenüberprüfung für die Legislatur 2013-2017 - aus Spargründen nicht mehr realisiert werden sollen. Dafür sollen die Swiss Indoors Basel verstärkt in die Social-Media-Plattformen und -kanäle des Kantons Basel-Stadt eingebunden werden. Ansonsten bleiben die vereinbarten Konditionen und Leistungen mit einigen wenigen inhaltlichen Anpassungen unverändert.

## **5. Finanzielle Auswirkungen**

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 250'000 Franken (exkl. MWST). Für die Begleitkampagne in Form von TV-Spots und Werbetrailern (ab 2006 auf Eurosport und ab 2010 auf SPORT1) wurde zudem ein jährlicher Betrag in der Höhe von 50'000 Franken (exkl. MWST) bezahlt. Das bisherige Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel wurde jeweils öffentlich kommuniziert.

Im Rahmen der generellen Aufgabenüberprüfung für die Legislatur 2013-2017 soll als Entlastungsmassnahme mit der Verlängerung des 2016 auslaufenden Vertrages auf die jährlichen TV-Spots auf Sport1 verzichtet werden. Somit können pro Jahr 50'000 Franken (exkl. MWST) eingespart werden. Die finanziellen Konditionen für die zweimalige Platzierung des Schriftzugs Basel auf dem Center Court bleiben soweit unverändert.

Aufgrund der Langfristigkeit des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Swiss Indoors Basel (Vertragsverlängerung bis 2022) beantragt der Regierungsrat für das Marketing-Engagement im Rahmen der Swiss Indoors Basel 2017 bis 2022 Ausgaben in der Höhe von 1'620'000 Franken (inkl. MWST) für die Dauer 2017 bis 2022. Der für die Marketingleis-

tung bezahlte Betrag bleibt somit in der neuen Periode unverändert bei 250'000 Franken p.a. (exkl. MWSt.) entsprechend 270'000 Franken p.a. (inkl. MWSt.).

## 6. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung

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

## 7. Antrag

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

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Guy Morin  
Präsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl  
Staatsschreiberin

### Beilage

Entwurf Grossratsbeschluss

## Grossratsbeschluss

### **Verlängerung des Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt bei den Swiss Indoors Basel für die Jahre 2017-2022**

(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) bei den Swiss Indoors Basel werden für die Jahre 2017-2022 Ausgaben von 1'620'000 Franken (inkl. MWST) bewilligt.

Dieser Beschluss ist zu publizieren. Er untersteht dem Referendum.