



An den Grossen Rat

24.0684.01

PD/P240684

Basel, 11. September 2024

Regierungsratsbeschluss vom 10. September 2024

Ausgabenbericht «Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2025–2028»

Inhalt

1. Begehrungen.....	3
2. Ausgangslage.....	3
3. Bisherige vertragliche Vereinbarung.....	3
4. Auswertung des bisherigen Engagements	3
5. Würdigung	4
6. Finanzielle Auswirkungen	5
7. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung.....	5
8. Antrag.....	5

1. Begehr

Mit diesem Ausgabenbericht beantragen wir Ihnen, gestützt auf §§ 1 und 3 Standortförderungsgesetz (SG 910.200) für die Verlängerung von 2025 bis 2028 des 2024 auslaufenden Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt im Rahmen des Musikfestivals Baloise Session Ausgaben von insgesamt 648'600 Franken (inkl. MwSt.) resp. 162'150 Franken (inkl. MwSt.) p. a. zu bewilligen.

2. Ausgangslage

Das alljährlich stattfindende Musikfestival Baloise Session ist sowohl in kultureller Hinsicht als auch mit Blick auf die hervorragende nationale und internationale Wahrnehmung einer der bedeutendsten Anlässe im jährlichen Veranstaltungskalender von Basel. Dem Festivalteam ist es gelungen, den Anlass innert drei Jahrzehnten auf höchstes internationales Niveau zu bringen. Die Gesamt-auslastung des Festivals liegt seit Jahren bei 95 bis 100%.

International renommierte Grossanlässe bieten eine gute Gelegenheit, für den Standort Basel zu werben. Nebst den Swiss Indoors nutzt der Kanton Basel-Stadt deshalb seit 2021 auch die Baloise Session als Marketing-Plattform und kauft entsprechende Marketing-Leistungen bei der Festivalleitung ein. Durch die internationale mediale Ausstrahlung der Wortmarke Basel wird die Bekanntheit der Stadt gesteigert. Zugleich unterstreicht die langfristig angelegte Verpflichtung des Kantons die Wichtigkeit des Festivals für den Standort und unterstützt das Festivalteam bei der Gewinnung von weiteren Partnerinnen und Partnern und Sponsorinnen und Sponsoren.

Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt mit der Session Basel AG (Einkauf von Marketingleistungen) im Zeitraum von 2021 bis 2024 beantragte der Regierungsrat beim Grossen Rat Ausgaben in der Höhe von insgesamt 646'200 Franken (inkl. MwSt.) resp. 161'550 Franken (inkl. MwSt.) p. a. Diese Ausgaben wurden vom Grossen Rat mit Beschluss Nr. 20/51/38G am 16. Dezember 2020 bewilligt.

3. Bisherige vertragliche Vereinbarung

Im Rahmen des bisherigen Marketing-Engagements für die Jahre 2021 bis 2024 wurden zwischen dem Kanton Basel-Stadt und der Session Basel AG die entsprechenden Marketing-Leistungen und Gegenleistungen vertraglich festgehalten. Es wurde unter anderem vereinbart, dass die Wortmarke Basel im Rahmen des in besagtem Zeitraum stattfindenden Musikfestivals zweimal auf dem Bühnenhintergrund (links und rechts von der Bühne) erscheint. Die Wortmarke Basel war somit bei jedem Konzert während 15 Minuten für die Besucherinnen und Besucher sowie die TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer sichtbar.

Neben dieser Bühnenpräsenz wurde ausserdem vereinbart, dass der Kanton Basel-Stadt auf sämtlichen Drucksachen und Werbemitteln mit der Wortmarke Basel präsent ist. Gleichzeitig erhielt der Kanton Basel-Stadt die Möglichkeit, in verschiedenen Zeitungsbeilagen zur Baloise Session sowie im Festival-Booklet Redaktionstexte über Basel und entsprechende Inserate ohne zusätzliche Kosten zu publizieren. Zudem wird der Kanton Basel-Stadt als Host-City-Partner auf der Homepage des Musikfestivals Baloise Session aufgeführt und verlinkt sowie in die Social-Media-Plattformen und -kanäle des Musikfestivals miteingebunden. Im Rahmen des bisherigen Marketing-Engagements erhält der Kanton überdies ein Kartenkontingent, welches in den vergangenen Jahren jeweils für Medien- und Netzwerkanlässe genutzt wurde.

4. Auswertung des bisherigen Engagements

Alle Konzertabende werden von der Baloise Session aufgezeichnet und von verschiedenen Schweizer TV-Sendern schweizweit ausgestrahlt. Die Baloise Session verfügt ausserdem über

eine enge Kooperation mit Eurovision und ARTE, welche die Konzerte europaweit ausstrahlen. Zudem wurden die Konzerte der vergangenen zwei Festivalausgaben von rund 54 TV-Stationen weltweit in rund 107 Ländern auf allen fünf Kontinenten ausgestrahlt. Darunter fallen bedeutende Zielmärkte wie Deutschland, Frankreich, China, USA, Grossbritannien und Japan. Im Rahmen der bestehenden Lizenzverträge mit internationalen TV-Sendern betrug die Marken-Sichtbarkeit (Logos auf der Bühnenrückwand) in den letzten zwei Jahren (bei rund 412 ausgestrahlten Konzerten) rund 103 Stunden.

Mit der Marketing-Vereinbarung zwischen dem Kanton Basel-Stadt und der Session Basel AG ist sichergestellt, dass die Wortmarke Basel auch in den Jahren 2025 bis 2028 bei jedem Konzert während 15 Minuten für die Besucherinnen und Besucher sowie die TV-Zuschaurinnen und TV-Zuschauer sichtbar ist. Der mediale Gegenwert für die Sichtbarkeit der Marke Basel bei den internationalen Konzertausstrahlungen ist abhängig von der Bekanntheit der auftretenden Künstlerinnen und Künstler. Auf der Basis von vergleichbaren Media-Analysen und -Auswertungen (Swiss Indoors Basel, Badminton-WM 2019) kann bei der Baloise Session hinsichtlich der Marken-Sichtbarkeit von einem Durchschnittswert von 15'000 Franken pro Stunde ausgegangen werden. Pro Jahr werden durchschnittlich rund 206 Konzerte am TV ausgestrahlt, bei denen die Marke insgesamt etwa 52 Stunden sichtbar ist. Bei rund 52 Stunden Marken-Sichtbarkeit beläuft sich der mediale Gegenwert der internationalen TV-Präsenz somit auf ungefähr 780'000 Franken. Dies entspricht rund dem Fünffachen des jährlichen Marketing-Engagements des Kantons Basel-Stadt.

Die Konzerte wurden in den vergangenen zwei Jahren zudem in Inflight-Entertainment-Programmen von rund 21 Airlines gezeigt (Passagierzahlen pro Jahr knapp eine Milliarde; Basis Vorjahre). Gleichzeitig können die Konzerte über die beiden ARTE Kanäle «YouTube» und «Concert Video on Demand» gestreamt werden. In den vergangenen zwei Jahren wurden auf diesen Kanälen 31 Konzerte der Baloise Session angeboten und 3,54 Millionen Mal angeschaut. Dabei konnte eine Markensichtbarkeit von rund 884'250 Stunden erzielt werden. Hinzu kommen Videos, welche von Konzertbesuchenden auf «YouTube» (1,14 Mio. Views) und «TikTok» (knapp 11 Mio. Views) hochgeladen wurden. Ergänzend zu nennen sind die Social-Media-Aktivitäten der Künstlerinnen und Künstler, bei denen Basel immer wieder prominent genannt und auch gezeigt wird.

5. Würdigung

Die Baloise Session gehört aufgrund ihrer Grösse, Qualität und medialen Ausstrahlung zu den bekanntesten nationalen Musikfestivals und wird nicht nur in Basel, sondern in der ganzen Schweiz und im Ausland mit grossem Medieninteresse verfolgt. Den Organisatorinnen und Organisatoren der Baloise Session gelingt es immer wieder, durch zahlreiche TV-Übertragungen und Berichterstattungen eine grosse nationale und internationale Aufmerksamkeit zu generieren und somit Basel als erstklassigen und modernen Veranstaltungsort sowie als Musik- und Festivalstadt ins Zentrum des überregionalen Interesses zu rücken. Das Festival trägt somit nicht nur zur kulturellen Vielfalt unserer Stadt bei, sondern leistet einen wesentlichen Beitrag zur Bekanntheitssteigerung Basels.

Aufgrund der erfolgreichen Umsetzung und der positiven Auswertungen darf das bisherige Marketing-Engagement zwischen der Session Basel AG und dem Kanton Basel-Stadt aus Standortmarketing-Sicht als erfolgreich betrachtet werden. Mit diesem Marketing-Engagement und der Sichtbarkeit der Wortmarke Basel konnte sich Basel national wie international verstärkt als moderner Veranstaltungsort in Szene setzen. Aufgrund der positiven Auswertungen sowie Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der Baloise Session beantragt der Regierungsrat die Weiterführung dieses Marketing-Engagements auf der Basis der bisher vereinbarten Leistungen.

Mit einer Vertragsverlängerung soll sichergestellt werden, dass die Wortmarke Basel weiterhin an diesem internationalen Musikfestival zu sehen ist. Aus Standortmarketing-Sicht und im Vergleich zu anderen Marketing-Engagements des Kantons (u. a. Swiss Indoors Basel) wird die bisherige

finanzielle Abgeltung des Schriftzuges Basel sowie der weiteren Marketing-Leistungen als angemessen betrachtet.

Im Rahmen der Vertragsverhandlungen zum Marketing-Engagement für die Jahre 2021 bis 2024 haben die Verantwortlichen der Session Basel AG in Aussicht gestellt, eine Standortverschiebung der Baloise Session von der Eventhalle in die St. Jakobshalle zu prüfen. Diese Prüfung wurde vorgenommen, doch wurde eine solche Verschiebung insbesondere aus konzeptionellen wie auch aus terminlichen Gründen (gleiches Zeitfenster wie die Swiss Indoors Basel) verworfen. Ein Verbleib in der Eventhalle hat für den Kanton jedoch auch Vorteile, da die Quellensteuer (Künstlergaben) weiterhin in Basel-Stadt entrichtet werden muss.

6. Finanzielle Auswirkungen

Für den Einkauf von Marketing-Leistungen bezahlt der Kanton Basel-Stadt der Session Basel AG ab 2025 bis 2028 einen jährlichen Betrag in der Höhe von jeweils 162'150 Franken (inkl. MwSt.). Der jährliche Marketing-Beitrag des Kantons bleibt mit 150'000 Franken (exkl. MwSt.) p. a. somit unverändert. Aufgrund der Langfristigkeit dieses Engagements beantragt der Regierungsrat für das Marketing-Engagement im Rahmen des Musikfestivals Baloise Session beim Grossen Rat Ausgaben in der Höhe von 648'600 Franken (inkl. MwSt.) für die Periode 2025 bis 2028. Dieser Betrag setzt sich wie folgt zusammen:

	2025 bis 2028	p. a.
Weiterführung des bestehenden Marketing-Engagements		
Abgeltung des Marketing-Engagements	600'000 Fr.	150'000 Fr.
Mehrwertsteuer	48'600 Fr.	12'150 Fr.
Total	<u>648'600 Fr.</u>	<u>162'150 Fr.</u>

Im Budget 2025 des Präsidialdepartements sind bereits 162'150 Franken für das Marketing-Engagement im Rahmen der Baloise Session 2025 eingestellt. Mit der Durchführung der Baloise Session 2028 läuft der Vertrag automatisch aus. Sollte aufgrund der guten Erfahrungen eine Vertragsverlängerung angestrebt werden, würden beim Grossen Rat neue Ausgaben beantragt.

7. Formelle Prüfungen und Regulierungsfolgenabschätzung

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

8. Antrag

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

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt

Dr. Conradin Cramer
Regierungspräsident

Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin

Beilage

Entwurf Grossratsbeschluss

Grossratsbeschluss

Ausgabenbericht «Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2025–2028»

(vom [Datum eingeben])

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

1. Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen) beim Musikfestival Baloise Session werden für die Jahre 2025 bis 2028 Ausgaben von insgesamt Fr. 648'600 (inkl. MwSt.) resp. Fr. 162'150 (inkl. MwSt.) bewilligt.

Dieser Beschluss ist zu publizieren.