



**An den Grossen Rat**

**20.0910.02**

Basel, 19. November 2020

Kommissionsbeschluss vom 19. November 2020

## **Bericht der Wirtschafts- und Abgabekommission (WAK)**

betreffend

### **Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2021-2024**

sowie

### **Mitbericht der Bildungs- und Kulturkommission**

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangslage und Antrag gemäss Ratschlag.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Vorgehen der Kommission .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Erwägungen der Kommission .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Antrag der Kommission .....</b>	<b>4</b>

### Beilagen

Mitbericht der Bildungs- und Kulturkommission

Grossratsbeschluss

## **1. Ausgangslage und Antrag gemäss Ratschlag**

Wie dies bei den Swiss Indoors Basel seit Jahren im Bereich Sport erfolgreich umgesetzt wird, möchte der Kanton künftig auch das Musikfestival Baloise Session als Marketing-Plattform nutzen und jährlich Marketing-Leistungen einkaufen. Durch dieses Engagement könnte sich die Stadt Basel einen Namen als Host City im Festivalbereich machen. Die Baloise Session eignet sich aufgrund ihrer Grösse, Qualität und internationalen Ausstrahlung als Marketing-Plattform im Bereich Kultur.

Für den Einkauf der im Vertrag vereinbarten Marketing-Leistungen beantragt der Kanton Basel-Stadt für die Jahre 2021 bis 2024 eine Ausgabebewilligung in der Höhe von 646'200 Franken (jährlich 161'550 Franken).

Die Marketing-Leistungen werden vertraglich vereinbart. Vorgesehen ist, dass die Dachmarke „Basel Host City“ zukünftig zweimal auf dem Bühnenhintergrund des Musikfestivals in Erscheinung tritt. Die Dachmarke „Basel Host City“ wäre damit bei jedem Konzert während 15 Minuten für die Besucherinnen und Besucher und die TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer in 150 Ländern sichtbar. Neben dieser Bühnenpräsenz wird unter anderem festgehalten, dass der Kanton Basel-Stadt auf sämtlichen Drucksachen und Werbemitteln mit der Dachmarke „Basel Host City“ präsent ist. Weiter erhält der Kanton die Möglichkeit, in verschiedenen Zeitungsbeilagen zur Baloise Session sowie im Festival-Booklet Redaktionstexte über Basel und entsprechende Inserate kostenlos zu publizieren. Zudem wird der Kanton Basel-Stadt als Host-City-Partner auf der Homepage der Baloise Session aufgeführt und verlinkt sowie in die Social-Media-Plattformen und -kanäle eingebunden. Der Kanton erhält weiter ein Kartenkontingent, welches für Medien- und Netzwerkanlässe genutzt werden können.

Für weitere Details wird auf den Ratschlag verwiesen.

## **2. Vorgehen der Kommission**

Der Ratschlag Nr. 20.0910.01 wurde am 9. September 2020 der Wirtschafts- und Abgabekommission zum Bericht und der Bildungs- und Kulturkommission zum Mitbericht überwiesen. Die WAK hat den Ratschlag an zwei Sitzungen beraten und sich von Regierungspräsidentin Elisabeth Ackermann, Vorsteherin des Präsidialdepartements, sowie von Sabine Horvath, Leiterin Aussenbeziehungen und Standortmarketing, informieren lassen.

Die WAK hat den Mitbericht der Bildungs- und Kulturkommission (BKK) zur Kenntnis genommen und in ihre Überlegungen einbezogen.

## **3. Erwägungen der Kommission**

Der Regierungsrat beantragt dem Grossen Rat eine Ausgabenbewilligung von 646'200 Franken, um in den nächsten vier Jahren Marketing-Leistungen bei der Baloise Session einzukaufen. Das Ziel dieses Marketing-Engagement ist es, Basel als Host City eine Plattform zu bieten. Neben dem Effekt, dass der Schriftzug „Basel Host City“ weltweit sichtbar wird und der Stadt generell zu grösserer Bekanntheit verhilft, sollen damit auch gezielt grosse Agenturen angesprochen werden und Basel als Austragungsort von hochwertigen Musikfestivals mit internationaler Ausstrahlung bekannt gemacht werden. Die Baloise Session ist aufgrund ihres guten Renommées als Marketing-Plattform besonders geeignet.

Die Kommission empfiehlt dem Grossen Rat mit 6 zu 2 Stimmen bei 2 Enthaltungen, dem Antrag des Regierungsrats zuzustimmen. Die Kommission hält es mehrheitlich für sinnvoll, die Baloise Session als Marketing-Plattform zu nutzen. Der Kanton Basel-Stadt hat nicht nur für Sport, sondern auch für Musikveranstaltungen eine gute Infrastruktur, die besser ausgelastet werden soll, insbesondere die St. Jakobshalle. Mit dem Standortmarketing via Baloise Session kann mittelfristig die Wahrscheinlichkeit zur besseren Auslastung der eigenen Infrastrukturen erhöht werden.

Aufgrund grundlegender Bedenken, ob dieses Marketing-Engagement überhaupt einen Mehrwert für den Kanton Basel-Stadt bringt, wurde in der Kommission der Antrag auf Nicht-Eintreten gestellt. Dieser Antrag wurde mit 8 zu 1 Stimmen bei 2 Enthaltungen abgelehnt.

In der Kommission wurde weiter der Antrag gestellt, die Vereinbarung mit der Baloise Session von vier auf zwei Jahre zu kürzen. Es bestanden Bedenken, ob die Mittel in der Krisenzeit aufgrund der Pandemie richtig investiert werden. Zudem sollte mit der Verkürzung auf zwei Jahre eine Gleichschaltung mit der Ausgabenbewilligung für das Standortmarketing bei den Swiss Indoors erreicht werden. Der Antrag fand an der ersten Kommissionssitzung mit 6 zu 5 Stimmen eine Mehrheit. An der zweiten Sitzung wurde mit 6 zu 2 Stimmen bei 2 Enthaltungen Rückkommen auf diesen Antrag beschlossen. Abklärungen bei der Baloise Session haben aufgezeigt, dass eine solche Verkürzung nicht praktikabel wäre. Auch von Seiten des Standortmarketings wäre eine Verkürzung nicht erstrebenswert, weil bei jedem Marketing-Engagement eine Wirkungskontrolle vorgenommen wird. Auf Basis der Wirkungskontrolle wird über die Weiterführung des Engagements entschieden. Bei einem Zweijahresvertrag müsste bereits nach dem ersten Durchführungsjahr über die Weiterführung entschieden werden.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen und Abklärungen empfiehlt die Kommission, dem Antrag des Regierungsrats zuzustimmen.

#### **4. Antrag der Kommission**

Die Kommission empfiehlt dem Grossen Rat mit 6 zu 2 Stimmen bei 2 Enthaltungen dem nachfolgenden Grossratsbeschluss zuzustimmen.

Die WAK hat diesen Bericht am 19. November 2020 einstimmig verabschiedet und Olivier Battaglia zum Sprecher bestimmt.

Im Namen der Kommission



Christophe Haller  
Präsident

#### Beilage:

- Grossratsbeschluss
- Mitbericht der Bildungs- und Kulturkommission

## **Grossratsbeschluss**

betreffend

### **Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2021-2024**

(vom [Datum eingeben])

Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt, nach Einsichtnahme in den Ausgabenbericht des Regierungsrates Nr. 20.0910.01 vom 30. Juni 2020 sowie in den Bericht der Wirtschafts- und Abgabekommission Nr. 20.0910.02 vom 19. November 2020, beschliesst:

Für das Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt (Einkauf von Marketingleistungen) beim Musikfestival Baloise Session werden für die Jahre 2021-2024 Ausgaben von 646'200 Franken (600'000 Franken Marketing-Beitrag zuzüglich 7,7% MwSt.) bewilligt.

Dieser Beschluss ist zu publizieren.



Bildungs- und Kulturkommission  
Basel, den 9. November 2020

Kommissionsbeschluss vom 9. November 2020

## **Mitbericht der Bildungs- und Kulturkommission (BKK)**

zum

**Ausgabenbericht «Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2021-2024»**

zuhanden

**der Wirtschafts- und Abgabekommission (WAK)**

## **1. Vorgehen der Kommission**

Die BKK hat sich den Ausgabenbericht «Marketing-Engagement des Kantons Basel-Stadt im Rahmen der Baloise Session für die Jahre 2021-2024» an einer Kommissionsitzung von der Leiterin Aussenbeziehungen und Standortmarketing Basel-Stadt sowie von der CEO der Baloise Session präsentieren lassen und sich in der Folge an einer Sitzung intern beraten.

## **2. Grundsätzliche Erwägungen**

Die BKK hat einen Mitbericht zum Ausgabenbericht beantragt, da ein Marketingengagement des Kantons Basel-Stadt bei der Baloise Session kulturpolitische Fragen aufwirft. Es soll abgeklärt werden, ob das als Marketing ausgewiesene Engagement auch eine Kulturförderung ist, was nicht statthaft wäre.

Die Frage, ob das Engagement des Kantons eine allfällige Quersubventionierung der MCH Group darstellt, wurde in der BKK zwar diskutiert, soll jedoch in vorliegendem Mitbericht nicht beantwortet werden. Die BKK möchte die Beantwortung finanzpolitischer Fragen der WAK überlassen und darauf aufmerksam machen, dass das Marketingengagement und deren Leistungen dahingehend überprüft werden müssen, ob diese einem Drittvergleich standhalten und somit marktkonform sind.

Ob die Baloise Session nebst der IWB und der BKB ein drittes staatliches Engagement benötigt, wird von der BKK zumindest in Frage gestellt. Dabei soll aber festgehalten werden, dass die drei Institutionen sich aus unterschiedlichen Motivationen und voneinander unabhängig für ein Engagement bei der Baloise Session entschieden haben.

Die BKK stellt im Übrigen fest, dass die Gefahr bestehe, dass durch das Engagement des Standortmarketings ein Präzedenzfall geschaffen würde. Einzelne Mitglieder der Kommission weisen jedoch darauf hin, dass das Standortmarketing in der Wahl seiner Engagements nicht zu sehr vom Parlament eingeschränkt werden dürfe.

## **3. Kulturpolitische Überlegungen der BKK**

Die BKK vertritt die Ansicht, dass es sich bei dem vorliegenden Ausgabenbericht um einen eigentlichen «Marketingratschlag» handelt. Die Vertreterinnen des PD und der Baloise Session konnten glaubwürdig darlegen, dass es sich bei dem Engagement formell und materiell um keine Kulturförderung handelt. Die BKK möchte jedoch darauf hinweisen, dass eine klare Abgrenzung von Kultur und Marketing nicht einfach ist. Die Übergänge sind fliessend und lassen sich somit auch nicht eindeutig festmachen. Gleichzeitig stellt die BKK fest, dass die Baloise Session bereits heute über den Swisslos-Fonds des Kantons Basel-Stadt für einzelne Projekte im sechsstelligen Umfang unterstützt wird.

#### **4. Antrag an die WAK**

Die Bildungs- und Kulturkommission ist zum Schluss gekommen, der WAK keine abschliessenden Empfehlungen auszusprechen und im Mitbericht lediglich die kommissionsinterne Diskussion aufzuzeigen.

Die Bildungs- und Kulturkommission hat diesen Mitbericht zuhanden der Wirtschafts- und Abgabekommission am 9. November einstimmig mit 13 Stimmen genehmigt und den Kommissionspräsidenten zum Kommissionssprecher bestimmt.

Im Namen der Bildungs- und Kulturkommission



Dr. Oswald Inglin  
Kommissionspräsident