



# Stärkung der Aussenbeziehungen und der Aussenwirkung

Vor einem Jahr ist die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing des Präsidiatdepartements des Kantons Basel-Stadt aus der Taufe gehoben worden. Dank dieser Verwaltungsreform können künftige Herausforderungen des Kantons effizienter und effektiver angegangen werden.

Vor einem Jahr, am 1. Januar 2009, sind die Aussenbeziehungen, die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, die Entwicklungszusammenarbeit, das Lobbying, das Standortmarketing sowie Messen und Märkte in der neu geschaffenen Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing des Präsidiatdepartements des Kantons Basel-Stadt organisatorisch gebündelt worden. «In der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sind Themen und Projekte zusammengeführt worden, die mit Aussenbeziehungen und Aussenwirkung zu tun haben – dies macht unsere Arbeit effizienter und effektiver, und ist ein Gewinn für den Standort Basel», bilanziert Abteilungsleiterin Sabine Horvath. Mit der Verwaltungsreform sind die Rahmenbedingungen geschaffen worden, um künftige Herausforderungen bewältigen zu können. Zu den wichtigsten zählen die folgenden:

## 1. Optimierung des Standortmarketings («put Basel on the map»)

Die Globalisierung macht auch vor Basel nicht Halt. Vor diesem Hintergrund gilt es, Basel als Standort im internationalen Wettbewerb noch besser zu positionieren. Dieses Ziel formuliert auch der regierungsrätliche Legislaturplan 2009–2013,

welcher Basel als wachstumsstarken, international bekannten Wirtschaftsstandort, als Veranstaltungsort für internationale Messen, Märkte und Kongresse, als bedeutende Tourismus- und Begegnungsstadt, als kulturelles Zentrum mit internationaler Ausstrahlung, als Wissenszentrum mit einem hoch stehenden Bildungsangebot, einer innovativen Forschung und Entwicklung wie auch als attraktiven Wohnort beschreibt. Die Schaffung eines Präsidiatdepartements unterstützt die Ausstrahlung des Standorts Basel auf nationaler und internationaler Ebene. Die Bündelung der kantonalen Aussenbeziehungen und des Standortmarketings innerhalb einer Abteilung sowie die Nähe zu den Abteilungen Kultur, Stadt- beziehungsweise Kantonsentwicklung sowie zur Staatskanzlei innerhalb des gleichen Departements ermöglichen zudem die Nutzung wertvoller Synergien.

## 2. Stärkung der politischen Interessenvertretung in Bundesbern (Lobbying)

Gemeinsam ist man stärker. Dies gilt insbesondere für den Halbkanton Basel-Stadt, der zusammen mit den anderen Nordwestschweizer Kantonen ein grösseres politisches Gewicht in Bundesbern erlangen kann. In naher Zukunft

Fortsetzung auf Seite 2

Geschätzte Leserin,  
geschätzter Leser

*Vor einem Jahr wurden mehrere Fachstellen, welche für die Aussenbeziehungen des Kantons Basel-Stadt zuständig sind, sowie jene, welche die Aussenwirkungen im Fokus haben, organisatorisch im Präsidiatdepartement in der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing zusammengeführt. Der Auftrag des Regierungsrats, die Beziehungen und Kanäle im In- und Ausland vermehrt für eine zielgerichtete Aussenwirkung zu nutzen, konnte in Form einer neuen strategischen Ausrichtung für die Aussenbeziehungen und das Standortmarketing formuliert und weitgehend umgesetzt werden. Während der Auftrag des Standortmarketings die Positionierung Basels im internationalen Standortwettbewerb umfasst, zielen die Aussenbeziehungen auf die Pflege und Erschliessung von Kontakten und Kanälen. Dass diese Beziehungen auch für die Interessen des Standorts Basel genutzt und wirksam eingesetzt werden können, liegt auf der Hand. Es bleibt unser Ziel, im Bereich der trinationalen Zusammenarbeit, der Lobbying-Arbeit auf nationaler Ebene oder bei den internationalen Kooperationen bewusst und selbstverständlich die Positionen, die Anliegen und die Stärken des Standorts einzubringen und zu vertreten. Diese Stossrichtung wird auch im Legislaturplan 2009–2013 des Regierungsrats bekräftigt und in Form von Zielen und Massnahmen konkretisiert. Die Pflege der Netzwerke im Rahmen der Städtepartnerschaften, die Fokussierung und damit Stärkung der regionalen Zusammenarbeit sowie die Institutionalisierung des Lobbyings sind drei konkrete Massnahmen, welche die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing gemeinsam mit allen involvierten Stellen und Akteuren gerne in die Tat umsetzen wird.*



Sabine Horvath,  
Leiterin Aussenbeziehungen und Standortmarketing

P.P.  
4001 BASEL



Präsidiatdepartement des Kantons Basel-Stadt

Aussenbeziehungen und Standortmarketing

Sollte Ihr Name noch nicht an dieser Stelle auf der Frontseite stehen, abonnieren Sie den Newsletter jetzt gratis. 061 267 40 91 oder [marketing@bs.ch](mailto:marketing@bs.ch)

stehen wichtige politische Entscheidungen auf nationaler Ebene an, welche der Kanton Basel-Stadt in seinem Interesse beeinflussen muss. Dies betrifft etwa den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur im Raum Basel (Stichwort «Bahn 2030»; vgl. auch S. 7). Aber auch in den Bereichen Forschung, Spitzenmedizin und Hochschule muss der Kanton darum bemüht sein, seine Interessen auf nationaler Ebene geltend zu machen. Die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sieht es als ihre Aufgabe, die zuständigen Fachdepartemente bei der Lobbying-Arbeit zu unterstützen. Durch eine Optimierung des Informationsflusses und eine bessere Koordination der verschiedenen Positionen und Anliegen innerhalb des Kantons soll die politische Interessenvertretung wirkungsvoller werden. Der

regierungsrätliche Legislativplan 2009–2013 sieht eine zielgerichtete Interessenvertretung in verschiedenen Gremien und Konferenzen auf regionaler und nationaler Ebene vor. Der Dialog zwischen den eidgenössischen Parlamentarierinnen und Parlamentariern und den Regierungsräten der Nordwestschweizer Kantone soll durch flankierende Veranstaltungen gefördert werden.

### 3. Intensivierung internationaler Kooperationen

Kooperationen auf trinationaler und internationaler Ebene sind ein fester Bestandteil der Aussenbeziehungen des Kantons Basel-Stadt. Diese Kooperationen gilt es in Zukunft noch zu intensivieren. Eine Fokussierung der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing auf

zentrale Kernthemen und Kooperationen ist dabei aufgrund der Komplexität der internationalen Beziehungen des Kantons wie auch aufgrund knapper Ressourcen unabdingbar. Auf internationaler Ebene liegt der Fokus auf den beiden wichtigen Life-Sciences-Standorten Boston (Massachusetts) und Shanghai. Als einer der wichtigsten Life-Sciences-Standorte muss sich Basel in dieser Liga dem internationalen Wettbewerb stellen. Im internationalen Umfeld sind dabei Kooperationen mit anderen Schweizer Städten erfolgversprechend. So präsentiert sich Basel zusammen mit Zürich und Genf an der World Expo in Shanghai. Die Schweizer Städte mit der nachweislich höchsten Lebensqualität profitieren dabei von wertvollen Synergien (vgl. S. 6/7).

## Verbesserte Präsenz Basels im World Wide Web

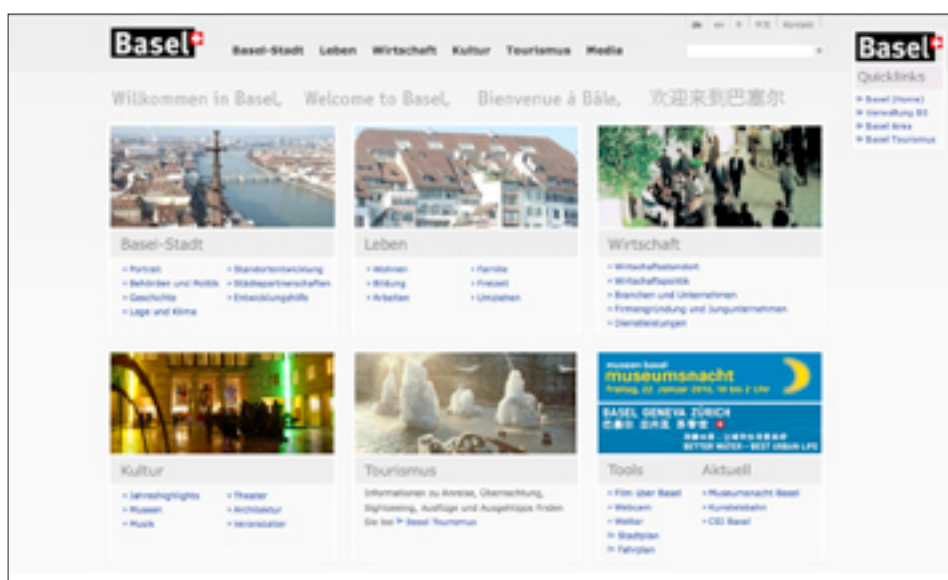
Eine benutzerfreundliche Navigationsbox erleichtert das Surfen zwischen den Internetseiten des Kantons Basel-Stadt ([www.basel.ch](http://www.basel.ch) und [www.bs.ch](http://www.bs.ch)) und den Websites wichtiger Partnerorganisationen. Mittels Banner können zudem ausgewählte Grossveranstaltungen besser beworben werden.

Die Website [www.basel.ch](http://www.basel.ch), welche vor einem Jahr neu gestaltet worden ist, informiert auf Deutsch, Englisch, Französisch und Chinesisch eine breite Öffentlichkeit über den Lebens-, Wirtschafts-, Kultur- und Veranstaltungsstandort Basel. Die Seite registriert jährlich mehrere Millionen Besucherinnen und Besucher und rangiert im Google-Ranking an erster Stelle. Für manchen Internetnutzer und manche Internetnutzerin ist allerdings die Existenz weiterer Basler Webportale mit ähnlicher URL verwirrend. So existieren nebst [www.basel.ch](http://www.basel.ch) die offizielle Seite der Basler Kantonsverwaltung ([www.bs.ch](http://www.bs.ch)), die Seite von Basel Tourismus ([www.basel.com](http://www.basel.com)) sowie die Seite der Wirtschaftsförderung der Kantone Basel-Stadt und Baselland ([www.baselarea.ch](http://www.baselarea.ch)). Ein serviceorientierter, einheitlicher Auftritt Basels im World Wide Web wäre daher erstrebenswert.

Ein Blick über die Landesgrenze zeigt, dass manche deutschen Städte hier einen Schritt voraus sind. Vorbildliche Städteportale haben beispielsweise München ([www.muenchen.de](http://www.muenchen.de)) und Hamburg ([www.hamburg.de](http://www.hamburg.de)), welche sämtliche wichtigen Informationen und Dienstleistungen auf einer Internetseite vereinen (vgl. auch den Artikel auf S. 5). Mit nur wenigen Klicks können die Nutzerinnen und Nutzer den Veranstaltungskalender konsultieren, sich über die Stadt und

ihre Verwaltung oder den Wirtschaftsstandort informieren, Hotels und Stadtrundgänge buchen, Shopping- und Gastronomieangebote durchforsten oder Telefonnummern und Adressen im Telefonbuch recherchieren. Hierbei müssen die Nutzerinnen und Nutzer die Internetseite nie verlassen, um ihre unterschiedlichen Informationsbedürfnisse decken zu können. Zur Optimierung des Internetauftritts des Kantons Basel-Stadt hat die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing ihr Webportal [www.basel.ch](http://www.basel.ch) neu mit einer Navigationsbox ausgestattet. Über

diese lassen sich die Seiten der Basler Kantonsverwaltung ([www.bs.ch](http://www.bs.ch)), von Basel Tourismus ([www.basel.com](http://www.basel.com)) und von Basel Area ([www.baselarea.ch](http://www.baselarea.ch)) leicht ansteuern, wobei die Navigationsbox stets stehen bleibt und einen einfachen Zugang zu allen Seiten ermöglicht. Neu ist [www.basel.ch](http://www.basel.ch) auch mit Internetbannern ausgestattet worden. Der Kanton Basel-Stadt unterstützt mit diesem Instrument die Vermarktung von ausgewählten Basler Grossveranstaltungen, welche die Möglichkeit erhalten, prominent auf ihre Veranstaltung hinzuweisen.



[www.basel.ch](http://www.basel.ch), die «Onlinevisitenkarte» Basels, bietet eine neue, benutzerfreundliche Navigationsbox (rechts oben).

# Die museumsnacht basel – Erfolge und Entwicklungspotenziale



Eva Keller, Leiterin der museumsdienste basel, äussert sich im Gespräch zur bevorstehenden museumsnacht basel: Welche Anstrengungen wurden in den letzten Jahren unternommen, und welche Ziele gilt es noch zu erreichen?

## Aussenbeziehungen und Standortmarketing

**(ABSTM):** Frau Keller, wie schätzen Sie die Bedeutung der museumsnacht basel hinsichtlich der Vermarktung von Basel als Museumsstadt ein?

**Eva Keller:** Die Museumsnacht ist für die Museen in Basel enorm wichtig. Aber auch für die Vermarktung des Standorts Basel im nahen Umkreis ist die Museumsnacht von grosser Bedeutung. Die museumsnacht basel darf für die grossen Schweizer Städte sogar als Benchmark bezeichnet werden. In den letzten Jahren hatten wir jeweils rund 28 000 Besucherinnen und Besucher an der Museumsnacht.

**ABSTM:** Gibt es Bestrebungen, die Vermarktung der museumsnacht basel künftig noch stärker über die Region Basel hinaus auszuweiten?

**Eva Keller:** Fast alle grossen und mittelgrossen Schweizer Städte wie Lausanne, Zürich, Luzern oder Bern haben ihre eigene Museumsnacht, weshalb es prinzipiell schwierig ist, den Perimeter über Basel und die Region hinaus zu erweitern. Dennoch haben wir gewisse Bemühungen in diese Richtung unternommen. So bieten wir in Zusammenarbeit mit Basel Tourismus ein Museumsnacht-Package an, welches eine Hotelübernachtung, einen Museumsnacht-Eintritt sowie auf Wunsch ein spätes Check-out beinhaltet.

**ABSTM:** Was wird unternommen, um die Bevölkerung der trinationalen Region für die museumsnacht basel zu gewinnen?

**Eva Keller:** Anlässlich der Museumsnacht fahren Sonderzüge unsere süddeutschen Gäste mit einem Baden-Württemberg-Ticket noch nach 1 Uhr in Richtung Freiburg und Waldshut nach Hause. Letztes Jahr waren beide Züge sehr gut besetzt, jener nach Freiburg gar restlos ausgebucht. Und ganz neue Möglichkeiten eröffnen sich für die Gäste aus St. Louis dank einer tollen Zusammenarbeit mit dem Distribus, der zwischen 23 und 2 Uhr im Stundentakt fährt.

**ABSTM:** Stimmt der Eindruck, dass die Medienarbeit an der Schweizer Grenze Halt macht?

**Eva Keller:** Die Medienarbeit konzentriert sich hauptsächlich auf den Grossraum Basel. Die drei Medienmitteilungen, die wir anlässlich der museumsnacht basel versenden, werden aber immer auch übersetzt und an französische und welsche Redaktionen verschickt. Ein grosser Anteil unseres relativ bescheidenen Werbebudgets fliesst in Zeitungsinserte in Südbaden und im Elsass. Dass die Medienresonanz in diesen Gebieten in den letzten Jahren gestiegen ist, dürfte auch darauf zurückzuführen sein. Die Medienarbeit kann aber im trinationalen Raum sicherlich noch ausgebaut werden.

## Informationen zur Museumsnacht

Die Museumsnacht der museen basel findet am Freitag, den 22. Januar 2010, von 18 bis 2 Uhr statt. Über dreissig Museen und acht Kulturinstitutionen aus der Region Basel wirken in Form von Ausstellungen, Kurzführungen, Lesungen, Konzerten, Workshops, Spielen und Geschichten mit. Die Highlights der diesjährigen Museumsnacht sind unter anderem die Kinderführung zu «Harry Potter & die Göttin der Weisheit» im Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig, die Kurzführung durch die Ausstellung «Jenny Holzer» in sechs verschiedenen Sprachen in der Fondation Beyeler, die Lesung von Franz Hohler im Zusammenhang mit der Ausstellung «Verdingkinder reden – Fremdplatzierungen damals und heute» im Historischen Museum Basel (Barfüsserkerche) sowie Rap von Black Tiger über die Verse von Homer in der Skulpturhalle Basel.

Als Jubiläumsangebot bieten die museen basel mit dem Museumsnacht-Ticket die einmalige Gelegenheit für einen weiteren Gratis Eintritt in ein Museumsnacht-Museum nach Wahl. Das Angebot ist gültig bis 7. Februar 2010.

Weitere Informationen zur Museumsnacht sowie zum Ticketverkauf finden sich unter [www.museumsnacht.ch](http://www.museumsnacht.ch)



Auch dieses Jahr erwarten die Organisatoren der museumsnacht basel bis zu 30 000 Besucherinnen und Besucher.

# Herren-Curling-WM 2012 in Basel

Der Welt-Curling-Verband hat im vergangenen Dezember die Weltmeisterschaft 2012 der Herren an Basel vergeben. Die Curling-WM wird vom 31. März bis 8. April 2012 in der St. Jakobshalle in Basel durchgeführt.

Das Organisationskomitee der erfolgreichen Curling-Europameisterschaft Basel 2006 unter Präsident Bruno Schallberger erhielt an der Sitzung des Exekutivrats des Welt-Curling-Verbands den Zuschlag für die Durchführung der Herren-Curling-Weltmeisterschaft 2012 in Basel. Damit würdigte der Exekutivrat die organisatorischen Leistungen und den grossen Zuschauererfolg bei der EM 2006 in Basel und sprach den Organisatoren



Die Herren-Curling-WM 2012 leistet einen wichtigen Beitrag zur weiteren Bekanntheitssteigerung und zum Imagegewinn von Basel.

das Vertrauen aus für die Durchführung der Herren-Weltmeisterschaft 2012.

Curling gilt in der Schweiz und international als grosser Publikumsmagnet. Die Organisatoren erwarten insgesamt rund 30 000 Zuschauerinnen und Zuschauer sowie zahlreiche nationale und internationale Journalisten und TV-Stationen. Die Weltmeisterschaft wird schätzungsweise gegen 9 000 Hotelübernachtungen generieren. Neben der grossen touristischen Wertschöpfung leistet die Herren-Curling-WM 2012 gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zur weiteren Bekanntheitssteigerung und zum Imagegewinn Basels.

[www.ecc2010.ch](http://www.ecc2010.ch)

## Weitere (Sport-)Highlights im Basler Veranstaltungskalender

### CSI Basel – 1. Internationales Weltklasse-Reitturnier in Basel

Mit dem «CSI Basel» findet vom 14.–17. Januar 2010 das erste internationale Weltklasse-Springreit-Turnier in Basel statt. Mit diesem Grossanlass steigt Basel zum Kreis der internationalen Top-Reitturnierveranstaltungen auf. Die Veranstalter organisieren im kommenden Jahr in Basel einen CSI auf Vier-Sterne-Niveau. Schauplatz des Hallenturniers auf zweithöchster internationaler Stufe wird die Basler St. Jakobshalle sein. Rund 90 nationale und internationale Reiterinnen und Reiter werden sich an insgesamt 15 Prüfungen messen.

[www.csi-basel.ch](http://www.csi-basel.ch)

### 7. Europäisches Jugendchor Festival Basel

Die Basler Bevölkerung und Chormusikbegeisterte aus der ganzen Schweiz dürfen sich freuen. Das «Europäische Jugendchor Festival» findet vom 12. bis 16. Mai 2010 zum siebten Mal in Basel und der Region statt. Das internationale Festival wurde im Jahr 1992 ins Leben gerufen und wird alle drei Jahre durchgeführt. 2007 begeisterte das Festival über 20 000 Konzertbesucherinnen und Konzertbesucher. Erwartet werden zehn Chöre aus Europa, ein Gastchor aus China sowie Chöre aus dem Bündnerland, dem Welschland und Zürich mit rund 750 jugendlichen Sängerinnen und Sängern. Im Zentrum des Festivals steht die Begegnung. Zudem präsentieren sich die hoch qualifizierten Chöre mit einem breiten musikkulturellen Spektrum in mehr als 25 grösseren und kleineren Konzerten in Basel und der Region.

[www.ejcf.ch](http://www.ejcf.ch)

### Manor Run to the Beat Basel

Mit «Manor Run to the Beat Basel» kommt am 12. September 2010 ein neues Sportevent nach Basel. Das bereits in London etablierte Lauf- und Musikkonzept wird durch den Laufsportverein Basel (LSVB) und die Vermarktungsagentur IMG (Schweiz) AG durchgeführt.

Gemäss einer Studie kann Musik die Leistung eines Läufers um bis zu 15 Prozent steigern. Aufgrund dieser Untersuchung wurde ein Konzept entwickelt, das Laufen und Musik verbindet. Das Event wurde 2008 erstmals in London durchgeführt und entpuppte sich als voller Erfolg. Entlang der Laufstrecke werden an verschiedenen «Hotspots» Bands positioniert, die den Lauf zu einem einmaligen Erlebnis machen. Zudem wird die Laufstrecke an sämtlichen Basler Sehenswürdigkeiten vorbeiführen und alle drei Stadttore passieren.

[www.manorruntothebeatbasel.ch](http://www.manorruntothebeatbasel.ch)



# Neue Organisationsstruktur für Basler Weihnacht

Basel hat sich in den letzten Jahren zu einer Weihnachtsmetropole mit internationaler Ausstrahlung entwickelt. Mit einer neuen Organisationsstruktur und gezielten Massnahmen will der Kanton gemeinsam mit privaten Partnern die Basler Weihnacht weiter verbessern und noch bekannter machen.

Die Basler Weihnacht ist ein Publikumsmagnet geworden und zieht Gäste aus der ganzen Welt an. Der Grossanlass ist ein Musterbeispiel für eine gelungene Public-Private-Partnership: Die Initiative kommt aus Privatwirtschaft und Detailhandel, der Staat stellt die Rahmenbedingungen zur Verfügung und beteiligt sich finanziell wie personell an den Aktivitäten der Basler Weihnacht.

Inzwischen hat die Basler Weihnacht eine Grösse angenommen, die eine neue Organisationsstruktur erfordert. Der Kanton Basel-Stadt ist bereit, mehr Verantwortung zu übernehmen. Aus diesem Grund hat der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt beschlossen, den jährlichen Lotteriefondsbeitrag für die Durchführung der Basler Weihnacht zu erhöhen. Die Suche nach zusätzlichen Sponsoren bleibt aber die Aufgabe von Gewerbeverband und Detailhandel. Der Kanton engagiert sich dafür stärker im Hintergrund, koordiniert zukünftig Marketing und Kommunikation und stellt die benötigten staatlichen Dienstleistungen sicher. Gleichzeitig ist der Kanton zuständig für die Durchführung des Weihnachtsmarkts, der im 2009 erstmalig unter der Leitung der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing stand.

Basel zählt bereits heute zu einer der wichtigsten Weihnachtsmetropolen im deutschsprachigen Raum. Dabei spielt der Weihnachtsmarkt als Herzstück der Basler Weihnacht eine wichtige Rolle. Der Basler Weihnachtsmarkt ist im internationalen Vergleich gut positioniert. Die Abteilung Aussenbeziehungen und Standort-

marketing ist bestrebt, die Positionierung und Ausstrahlung des Basler Weihnachtsmarkts international weiter auszubauen.

Die vergangene Basler Weihnacht 2009 stand zum letzten Mal unter der Leitung von Urs Welten (Präsident der «Pro Innerstadt») und Armin Faes (UBS AG), den beiden prägenden Figuren der vergangenen Jahre. Sie haben auf Ende 2009 ihren Rücktritt angekündigt. Ihr Nachfolger ist David Frey vom Gewerbeverband Basel-Stadt, der als neuer Präsident des Vereins Basler Weihnacht ab 2010 die Gesamtverantwortung übernimmt. Im Vorstand sind die wichtigsten Akteure vertreten: David Frey (Präsident), Daniel Egloff von Basel Tourismus, Urs Zimmermann als Vertreter des Detailhandels, Gregor Leonhardt von den Industriellen Werken Basel (IWB) sowie Sabine Horvath von der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing im Präsidialdepartement Basel-Stadt. Die Verantwortlichen sind überzeugt, mit der neuen Organisationsstruktur ihr Ziel zu erreichen, Basel als Weihnachtsmetropole noch bekannter zu machen.

Die Basler Weihnacht hat sich in den vergangenen Jahren zusehends zu einem grossen Wirtschaftsfaktor und attraktiven Publikumserfolg entwickelt. Sie erhöht nicht nur die Wertschöpfung, sondern trägt zur weiteren Bekanntheitssteigerung und positiven Imagebildung Basels bei. Gleichzeitig erhöht die Basler Weihnacht die Attraktivität der Innenstadt. Neben der Bevölkerung profitieren insbesondere der Detailhandel, der Tourismus und die Gastronomie von den zahlreichen Aktivitäten der Basler Weihnacht.

# Basel – Learning from the Best

Im Rahmen eines Grossprojekts möchte die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing zusammen mit den jeweiligen Hauptakteuren in verschiedenen Themenbereichen aufzeigen, welche Städte Basel als Kulturmetropole, Wirtschaftsstandort, Tourismusdestination, Wissens- und Forschungsplatz oder Veranstaltungsort das gewisse Etwas voraushaben, und was Basel von diesen Städten lernen kann.

Kann sich Basel mit Städten wie Stockholm und Wien vergleichen und dabei noch etwas lernen? Natürlich! Denn Stockholm zum Beispiel schafft es, in der stark wachsenden Stadt auf spezielle Art und Weise mehr Wohnraum nach hohen Design- und Umweltstandards zu kreieren und gleichzeitig Freiräume aufzuwerten – dies alles, ohne die Stadtgrenzen erweitern zu müssen. Und in Wien investieren Stadt und Kulturhäuser immer wieder intensiv in Kultur-Themenjahre, welche eine erfolgreiche, breit angelegte Kulturvermittlung und erst noch einen millionenstarken Gewinn zur Folge haben.

## Was andere Städte besser machen

In diesen Monaten führt das Standortmarketing einen vielältigen Benchmarkvergleich durch. Hierfür wurden anfangs diverse Themenbereiche identifiziert, welche die Attraktivität unseres Stadtkantons für die Bevölkerung, für Unternehmen, Gäste und Veranstalter stark beeinflussen und für die verschiedenen Akteure des Standortmarketings relevant sind. Die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing wollte herausfinden, wo andere Städte Basel etwas voraushaben. Bei dieser Studie geht es weniger darum, die Position Basels im Vergleich mit anderen Städten zu bestimmen, als vielmehr darum, Good Practices zu sammeln, welche den Basler Horizont erweitern können. Dabei ist vorgesehen, in diesem Jahr im Rahmen von Präsentationen und Podiumsdiskussion den besten Erfahrungsbeispielen

gemeinsam mit den involvierten Akteuren näher auf den Grund zu gehen.

So hat die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing neben den oben erwähnten Themen Stadtwohnen und Kulturvermarktung das Thema Einkaufsstadt beschäftigt, und sie ist mit dem Input des Vereins Pro Innerstadt und des Gewerbeverbands Basel-Stadt über Freiburg und Hamburg nach Karlsruhe gelangt: Dort haben Gewerbetreibende, Hauseigentümer und weitere Organisationen in der Innenstadt Serviceleistungen lanciert, welche sonst nur über ein Einkaufszentrum-Management möglich sind.

Beim Thema Campus kann Basel laut dem Rektor der Universität Basel, Dr. Antonio Loprieno, von den Universitätsstädten Göttingen und Boston dazulernen. Dies sind Städte, welche eine hohe Studierendenquote und eine hohe Dichte an Lehr- und Forschungsinstituten aufweisen, sodass die ganze Stadt zum Campus wird – und dadurch wiederum innovative Unternehmen anziehen kann.

In der Standortpromotion wendet Singapur ein überzeugendes aktives und passives Targeting an, um Unternehmen von der Attraktivität des Standortes zu überzeugen.

Die Frage, ob der Veranstaltungsort Basel eine neue Event-Halle braucht, führte die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing (virtuell) nach Rotterdam. Hier steht die Ahoy' Hal, welche der Stadt einen gesamtwirtschaftlichen Effekt von 300 Millionen Euro generiert.

Auch die Stadt Innsbruck liefert bei der Studie Impulse, dies zur Frage der Stärkung des hiesigen Kongresswesens: Obwohl kleiner als Basel, finden in Innsbruck allein im Kongresszentrum etwa fünf Mal so viele Kongresse statt. Wissenschaftliche Tagungen mit Tirolbezug können vom Bundesland Tirol gefördert werden, ausserdem gibt es spezielle Anreize für Kongressorganisatoren.

Das Thema Welcome wiederum setzt beim Welcome-Projekt der Kantons- und Stadtentwicklung und der im Bereich Sauberkeit gesetzten Priorität an: Ein EU-Successful-Practices-Beispiel in Sachen Graffiti (genauer: Tags) bietet hier die Stadt Sheffield mit ihrer gemeinsamen Bekämpfung von illegalen Wandverschmierungen durch die Stadtreinigung, die Polizei, Quartiervereine, Gewerbetreibende und viele weitere Organisationen. Die Abbildung und Positionierung Basels in der virtuellen Welt hingegen kann vom Beispiel München profitieren, wo das offizielle Stadtportal alle münchenbezogenen Veranstaltungen, Behörden, Organisationen, Adressen, Hotels und vieles mehr unter einem Dach beziehungsweise unter einer Website vereinigt, und es so den Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht, auf einfache Weise Informationen zu München zu finden.

Detaillierte Informationen zum Benchmarkvergleich werden ab Februar unter [www.basel.ch](http://www.basel.ch) zugänglich sein.

## Rückblick auf einen erfolgreichen Basler Weihnachtsmarkt 2009

Am 23. Dezember 2009, um 20 Uhr, schloss der 31. Basler Weihnachtsmarkt seine Pforten. Vier Wochen lang erfreuten die 146 Stände die zahlreichen Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland.

Aufgrund der Rückmeldungen der Markthändler sowie der Besucherinnen und Besucher kann die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing auf einen erfolgreichen Weihnachtsmarkt 2009 zurückblicken.

Am Anfang stand die Eröffnung, welche erstmals gemeinsam mit der Ouvertüre der Basler Weihnacht stattfand. Da der Weihnachtsmarkt das

Herzstück der Basler Weihnacht bildet, machte diese Neuerung Sinn. Erstmals wurde auch die Weihnachtsmarktasse mit klassischen Symbolen der Stadt Basel gestaltet, wodurch der Verkauf der Tassen um über vierzig Prozent erhöht werden konnte.

Es bleibt die Aufgabe der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing, die Attraktivität des Weihnachtsmarkts weiterhin zu steigern. Denn auch im Jahr 2010 soll der Basler Weihnachtsmarkt das sein, was er bereits heute ist: einer der schönsten Weihnachtsmärkte in der Schweiz und in ganz Europa.





Ein 360°-Panoramafilm präsentiert an der World Expo 2010 in Shanghai die Stadt Basel von der besten Seite.

# Basels Grossauftritt an der World Expo 2010 in Shanghai

Unter dem Motto «Better City – Better Life» blickt die Welt von Anfang Mai bis Ende Oktober nach Shanghai. Die World Expo 2010 rückt auch Shanghais Partnerstadt Basel ins beste Licht: als Forschungsstandort, Wirtschafts- und Kulturstadt und sympathisches Reiseziel mit überragender Lebensqualität.

Aufsehen erregt der Schweizer Städt pavillon bereits von aussen: Zum schwebenden Kreis – die 360°-Projektionsfläche für den Panoramafilm im Inneren – führt eine sanft ansteigende Brücke über einem Wasserbecken. Daran schliesst das kubische Auditorium mit den beiden dreieckigen Öffnungen an. In dieser Platzarchitektur zirkulieren die Besucherinnen und Besucher frei, lösen dabei Wasserfontänen im Bassin aus und lassen sich am höchsten Standort acht Minuten lang von den im Tagesablauf gefilmten Panoramen von Basel, Genf und Zürich fesseln. Jenseits des Wasserbeckens und der Kinoarena betreten sie eine Lounge, wo sie sich ausruhen können – wenn der Bau nicht gerade, in einen geschlossenen Hörsaal umgewandelt, dem Know-how-Transfer oder Anlässen von Sponsoren dient. In einer zentralen Halle der «Urban Best Practice Area» nimmt der gemeinsam geplante und verwirklichte Bau der Schweizer Städte den prominentesten Platz ein – neben Bilbao, Malmö, Paris, Prag und Osaka. Diese Vorzugsstellung wäre ohne die Städtepartnerschaft Basel-Shanghai kaum möglich.



«Der Auftritt zum Thema Wassermanagement und Lebensqualität ist ein Beitrag zur weltweiten nachhaltigen Entwicklung und eine Chance, die Schweizer Städte als innovativ, urban und umweltbewusst zu präsentieren.»

Corine Mauch,  
Stadtpräsidentin Zürich



«Die drei grossen urbanen Zentren der Schweiz demonstrieren, dass sie miteinander kooperieren und politisch mehr Einfluss nehmen wollen.»

Guy Morin, Regierungspräsident  
Kanton Basel-Stadt

## Nachhaltiges Wassermanagement hat viele Gesichter

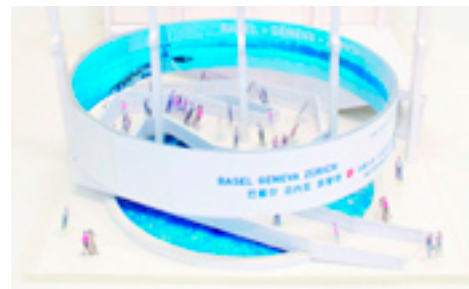
In solch guter Nachbarschaft bietet der Städt pavillon auf 730m<sup>2</sup> den – vorwiegend chinesischen – Besucherinnen und Besuchern eine facettenreiche Informationspalette. Die drei beispielhaften Fallstudien Basel, Genf und Zürich sollen das Wasser als einen Lebensnerv der Stadt und einen wichtigen Faktor der Lebensqualität begreifbar machen sowie einen sorgsamsten Umgang mit dieser Lebens-, Arbeits- und Freizeitressource nahe legen. So tritt in Basel der Rhein als vielfach genutzte Oase mitten in der Stadt in Erscheinung. Der Genfersee gibt ein Beispiel der nachhaltigen Wiederbelebung eines hoch verschmutzten Gewässers durch den Einbezug und die Zusammenarbeit aller Seennutzer ab. Und Zürich macht vor, wie man dank eines innovativen Reinigungssystems 70 Prozent des Trinkwassers aus dem See gewinnen kann.

## Flexibles Konzept für Information, Unterhaltung und Imagepflege

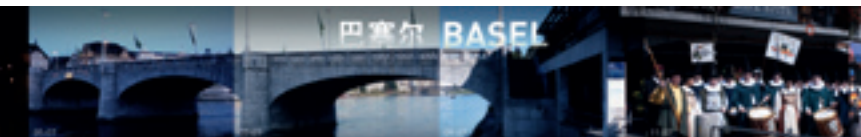
Das Ausstellungskonzept umfasst einen Panoramafilm, der die drei Städte stimmungsvoll einfängt und grandios darstellt, sowie die audiovisuelle Vermittlung der Städte-Beispiele, eine Infotheke und ein multifunktionales Auditorium. Touchscreens präsentieren die Fallbeispiele (Best Practices) der drei Städte in Form audiovisueller Städtemagazine. Basel präsentiert dabei in fünf Kurzgeschichten von je 45 Sekunden Länge seine Wasserqualität, das Leben am Rhein, die Campus-Stadt mit ihren Hochschulen, die Rolle der Unternehmen (Corporate Citizenship am Beispiel Novartis) sowie Basels Lage und Funktion als Tor zu Europa.

## Finanzierung für Projekt steht

Dank der Zusage von namhaften Partnern wie Novartis, MCH Group SA, Titoni und Swiss Re ist die Finanzierung des ambitionierten 4,6-Millionen-Franken-Projekts von Basel, Genf und Zürich gesichert. Jede Stadt hat eine Million Franken für das Projekt zugesagt, die verschiedenen Partner und Sponsoren steuern gemeinsam 1,6 Millionen Franken bei.



Unter dem Motto «Better Water – Best Urban Life» präsentieren sich Basel, Genf und Zürich mit einem gemeinsamen Städt pavillon in Shanghai.



Im Inneren des Städtepavillons werden über verschiedene audiovisuelle Darbietungen vertiefte Informationen zu den drei Städten vermittelt.



## Basel, Genf und Zürich an der World Expo 2010 Shanghai

Dem Thema urbane Lebensqualität widmet sich die bisher grösste aller Weltausstellungen, die World Expo 2010. Sie findet vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2010 in Shanghai statt. Erstmals können sich dort nicht nur Länder, sondern auch Städte vorstellen. Diese Chance lassen sich die Schweizer Metropolen Basel, Genf und Zürich nicht entgehen und stellen sich zum ersten Mal gemeinsam im Ausland vor. Ihr Auftritt zeigt unter dem Motto «Better Water – Best Urban Life» auf, wie mit einem nachhaltigen Wassermanagement die Wasser- und zugleich die Lebensqualität in einer Stadt gesteigert werden können.

### Termine und Events:

- Eröffnung: 1. Mai
- Basler Woche: 20.–28. Mai
- Städtetag Basel-Genf-Zürich: 29. Mai
- Zürcher Woche: 31. Mai–5. Juni
- Touristikertage: 19. und 20. Juni
- Genfer Woche: 5.–11. August
- Basel-Shanghai-Tage: 8.–10. August
- Gala-Konzert Sinfonieorchester Basel: 11. August
- Offizieller Nationentag Schweiz: 12. August
- Schlussveranstaltung: 31. Oktober
- Diverse Sponsorenveranstaltungen

Weitere Informationen finden sich auf der neu aufgeschalteten Website [www.basel-geneva-zurich.org](http://www.basel-geneva-zurich.org)

# Nordwestschweizer Regierungskonferenz stärkt kantonsübergreifende Lobbying-Arbeit

Im Rahmen des Gesetzes über die zukünftige Entwicklung der Bahninfrastruktur (ZEB) hat das Parlament den Bundesrat beauftragt, die Arbeiten für einen nächsten Schritt zur Modernisierung der Bahninfrastruktur an die Hand zu nehmen – die Bahn 2030.

Für eine umweltorientierte und ressourcenschonende Verkehrspolitik sowie für einen prosperierenden Wirtschaftsstandort Schweiz braucht es eine leistungsfähige Eisenbahninfrastruktur. Will der Bund auch in Zukunft dieses Ziel erreichen, muss er die Eisenbahninfrastruktur im Raum Basel so ausbauen, dass sie ihrer nationalen und internationalen Bedeutung gerecht werden kann. Ein neuer Juradurchstich in Richtung Mittelland ist das strategische Schlüsselprojekt. Von ebenso grosser Bedeutung ist die Sicherstellung der Leistungsfähigkeit des Verkehrs-

knotens Basel. Beide Vorhaben gehören ins Konzept Bahn 2030. Denn kommt es dereinst an den Juraübergängen Hauenstein und Bözberg sowie in Basel zu Engpässen, droht dem schweizerischen und dem europäischen Schienenverkehr eine gravierende Überlastung.

Im Rahmen der Wintersession des Bundes-Parlaments hat die Nordwestschweizer Regierungskonferenz NWRK am 10. Dezember 2009 zu einem Treffen zwischen Ständeräten und Regierungsräten eingeladen. Der Kanton Basel-Stadt war mit Ständerätin Anita Fetz vertreten. Des

Weiteren waren Ständerätinnen und Ständeräte der Kantone Jura, Solothurn, Bern und Zürich anwesend. Das Einführungsreferat zum Thema Bahn 2030 hielt Regierungsrat Dr. Hans-Peter Wessels, Vorsteher des Bau- und Verkehrsdepartements des Kantons Basel-Stadt. Die Koordination und Abstimmung innerhalb der Nordwestschweiz in Lobbyingfragen wird durch das Sekretariat der NWRK in Zusammenarbeit mit den Kantonen weiter vorangetrieben.

# Blick über die trinationalen Grenzen

Der Regierungsrat Basel-Stadt hat jüngst seinen Legislaturplan 2009–2013 vorgestellt. Darin verfolgt er unter anderem das Ziel einer Stärkung des Wohn- und Wirtschaftsstandortes, was auch die Intensivierung der regionalen und trinationalen Zusammenarbeit bedingt.

Im Rahmen der trinationalen Zusammenarbeit unter der Leitung von Silvio Tondi soll die Zusammenarbeit über die Grenzen gestärkt werden. Zudem gilt es, den Mehrwert für die Bevölkerung transparent zu machen.

In Basel gibt es viele Aufgaben, die sich allein nicht so gut realisieren lassen wie im Verbund mit regionalen Partnern. Deshalb werden in der Nordwestschweiz bereits heute viele Projekte gemeinsam mit den Kantonen Basel-Landschaft, Solothurn, Jura und Aargau realisiert. Durch seine Lage am Rheinknie darf Basel den Blick allerdings nicht nur nach Südosten und nach Bern richten, sondern muss sich auch in Richtung Norden und Westen orientieren. Man spricht bei diesem 360°-Blickwinkel von einem funktionalen Raum oder von einem Raum, der durch historisch gewachsene Grenzen getrennt ist. Die Wohn- und Arbeitsbevölkerung empfindet diese Grenzen jedoch längst nicht mehr als

hilfreich, sondern als Hindernis, weil diese im Alltag eine Einschränkung des Zusammenlebens und der Bewegungsfreiheit darstellen.

Seit einigen Jahren versuchen immer mehr Akteure und Institutionen in unterschiedlichster Zusammensetzung, einen Beitrag zur Überwindung dieser Grenzen zu leisten. Dies hat dazu geführt, dass in den vergangenen Jahren viel für den Metropolitanraum Basel geleistet wurde (z. B. museumsnacht basel, oberrheinischer Museumspass, slow Up Basel-Dreiland, STIMMEN-Festival Lörach, Tramverlängerung nach Deutschland, Dreiländerbrücke). Auf der anderen Seite gilt es, die Stossrichtung und Zuständigkeiten der Gremien laufend zu überprüfen, um Doppelspurigkeiten zu vermeiden, effizienter zu werden und einen noch grösseren Mehrwert für die Bevölkerung zu erzielen. Unbestritten ist, dass bei diesem Prozess folgende institutionalisierten Kooperationsformen, aus privaten und politischen Entschei-

dungsträgern zusammengesetzten trinationalen Gremien, eine Schlüsselrolle einnehmen:

- in der näheren Umgebung (Kernstadt Basel, Vororte als urbane Agglomeration und ländliche Einzugsgebiete) der Trinationale Eurodistrict Basel TEB
- etwa im gleichen geografischen Raum der Verein metrobasel als Plattform, Think-Tank, Stimme und Akteur für die Entwicklung der Metropolitanregion Basel
- im weiteren Umkreis (Nordwestschweiz, Südbaden, Elsass) die Oberrheinkooperation ORK
- sowie als Subventionsnehmerin für kantonale Aufträge in Fragen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit die Regio Basiliensis

Die ausstehenden Subventionsverhandlungen mit einzelnen Gremien und Institutionen sollen die Zusammenarbeit über die Grenzen hinweg stärken.

## Basel unterstützt 22 Entwicklungsprojekte

Der Regierungsrat hat im Rahmen der basel-städtischen Entwicklungszusammenarbeit den zweiten Teil jener Projekte ausgewählt, die im Jahr 2009 unterstützt werden. Die Gesamtsumme für die insgesamt 22 Projekte beläuft

sich auf 877 000 Franken. Damit ist das zur Verfügung stehende Budget von 1,65 Millionen Franken für das Jahr 2009 ausgeschöpft. Die grösste Tranche ist mit 200 000 Franken für ein HIV-Projekt in Tansania bestimmt.



Im Rahmen der basel-städtischen Entwicklungszusammenarbeit erhält das Team der Chronic Disease Clinic von Ifakara CHF 200 000 für ein HIV-Projekt in Tansania.

### Newsletter erscheint künftig in elektronischer Form

Der Newsletter der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing erscheint mit dieser Ausgabe letztmals in Papierform. Um Kosten zu sparen und die Umwelt zu schonen, wird der Newsletter künftig in elektronischer Form per E-Mail verschickt. Mit der Umstellung ändert sich nur die Form des Newsletters; inhaltlich wird der gleiche Leserservice geboten wie anhin. Auch künftig erscheint der Newsletter drei Mal jährlich (Anfang Jahr, im Frühling und im Herbst). Falls Sie in Zukunft den E-Newsletter erhalten wollen, schreiben Sie bitte eine E-Mail an: [marketing@bs.ch](mailto:marketing@bs.ch).

### Impressum

Herausgeber: **Aussenbeziehungen und Standortmarketing**  
Marktplatz 30a, CH-4051 Basel  
[marketing@bs.ch](mailto:marketing@bs.ch), [www.basel.ch](http://www.basel.ch)

Gestaltung: vista point, Basel  
Druck: Reinhardt Druck AG, Basel