

## Basel.Stadt.

10.9.12  
Basler Zeitung | Montag

### Zur Präsenz Basels in Moskau und über den Sinn von Marketing im Ausland allgemein

# Abschottung ist nicht die richtige Strategie

Von David Weber



FDP-Regierungsratskandidat Baschi Dürr lässt derzeit kaum eine Gelegenheit aus, den amtierenden Regierungspräsidenten Guy Morin zu

kritisieren. Derzeit liefern sich die beiden wieder einmal einen kleinen Schlagabtausch auf Facebook. Der Grund: die Basler Präsenz in Moskau, die gestern zu Ende ging. «Mit Baschi Dürr als Regierungspräsidenten war dies der letzte Basiliskenbrunnen, den die Basler Steuerzahler im Ausland finanziert haben», schrieb Dürr. Letzten Donnerstag wurde ein solcher in einem Moskauer Park eingeweiht.

Konkret hiesse das: keine Standortwerbung des offiziellen Basels in anderen Ländern. Macht diese Haltung Sinn? Nein. Basel befindet sich in einem globalen Wettbewerb. Normal müsste die Überlegung sein: Wie können wir uns im Ausland noch besser verkaufen? Und nicht die Frage: Sollen wir das überhaupt? Wir können uns abschotten und uns der Freude über die eigene Stärke ergeben – die richtige Strategie für die Zukunft ist das nicht. Die Standortwerbung allein der Privatwirtschaft zu überlassen, wie das Dürr vorschwebt, ist keine Lösung. Und zu verlangen, dass Basler Politik keine Beziehungen mit Ländern eingehen darf, die punkto Menschenrechte schlechter abschneiden als die Schweiz, ist unrealistisch. Basel kann auf die Erschliessung neuer Märkte nicht verzichten. Und mit der Politik als Türöffnerin geht das besser.

Soll Basel deshalb möglichst viele Marketingpräsenzen lancieren? Auf keinen Fall. Verzettelung, Schnellschüsse und halbherzige Aktionen bringen nichts. Entweder macht man etwas richtig oder lässt es lieber ganz bleiben. Und so, wie die Basler Präsenz in Moskau aufgezo-gen wurde, macht das Sinn.

Moskau ist die richtige Destination. Ein Wachstumsmarkt, davon zeugen auch die steigenden Übernachtungszahlen



**Basler Geschenk.** Moskaus Kulturminister Sergej Kapkov (l.) und Guy Morin bei der Einweihung des Basiliskenbrunnens.

von Russen in Basel. Zudem ist die russische Bevölkerung zunehmend kunstinteressiert. An der Art hatte es dieses Jahr so viele Russen wie noch nie. Das ist gerade für Basel eine Chance. Basel buhlt nicht alleine um Moskau. Fast jedes Jahr präsentiert sich dort ein anderer Kanton. Glaubt man den Botschaftsmitarbeitern, war bisher keine

### Marketing im Ausland ist ein Lernprozess. Auch darum sind mehrjährige Präsenzen wichtig.

andere Präsenz professioneller organisiert. Auch hat sich kein anderer Kanton für eine zweijährige Marketing-offensive entschieden (die vermutlich noch verlängert wird, siehe Text Seite 1). Das war geschickt. Mehr-

malige Treffen erhöhen die Verbindlichkeit. Die Chance, dass sich der Aufwand auszahlt, steigt. Eine Stärke der Basler Präsenz in Moskau ist auch die Breite der Delegation, mit Partnern aus Wirtschaft, Bildung, Spitzenmedizin, Verkehr, Kultur und Tourismus. Und mit der Politik als Türöffnerin. Gerade in Russland ist das wichtig. 250 000 Franken aus der Staatskasse – abzüglich des Beitrags der Stiftung Finanzplatz beider Basel – für die dies-jährige Präsenz sind kein Pappenstiel, aber auch nicht übertrieben viel. Zudem zahlen die Partner ihre Moskau-Präsenz selber, der Kanton bietet die Plattform für die diversen Aktivitäten. Natürlich gab es Leerläufe wie schlecht geplante Veranstaltungen – oder wenn da und dort das Zielpublikum nicht erreicht wurde. Gerade deshalb sind mehrjährige Präsenzen wichtig. Marketing im Ausland ist ein Lernprozess.

Und Basel hat aus der letztjährigen Präsenz einige richtige Schlüsse gezogen. Etwa weniger generelle Infoveranstaltungen über Basel, dafür fast ausschliesslich spartenspezifische Meetings. Ein Nachteil ist, dass der Nutzen dieses Projekts nicht unmittelbar ausgewiesen werden kann. Aber das zweite Swiss-Russian-Health-Forum, das heute in Basel mit mehreren Hundert Gästen startet, die zehn neuen Kontakte zu russischen Firmen, die sich in der Region ansiedeln wollen, die gemeinsamen Kulturprojekte, Verhandlungen mit einer neuen Fluglinie für den EuroAirport Basel, mehr Kooperationen mit russischen Reiseveranstaltern – diese Beispiele zeigen: Es lohnt sich. Nochmals zu Dürr. Sollte er tatsächlich Guy Morin verdrängen, hat er ein Problem. Denn die Prognose sei gewagt: Sein Versprechen wird er nicht halten können. david.weber@baz.ch



## Für die Teilnehmer hat sich die Präsenz gelohnt

Vertreter der vielfältigen Delegation sagen, was ihnen der Moskau-Trip konkret gebracht hat

**Moskau.** Alle von der BaZ angefragten Vertreter der Basler Präsenz in Moskau ziehen eine positive Bilanz (Texte unten). Was aus den Kontakten konkret wird, ist aber meist noch offen. Am weitesten ist – neben dem laufenden kulturellen Austausch im Rahmen von «Culturescapes» – der Gesundheitsbereich. So nutzte das Universitätsspital die Möglichkeit zu letzten Abstimmungen

für das zweite Swiss-Russian-Health-Forum, das heute in Basel stattfindet. Auch Bundesrat Alain Berset nimmt teil.

Auch darüber hinaus seien die Ziele erreicht worden, sagt Unispitaldirektor Werner Kübler. Unter anderem ging es darum, eine Zwischenbilanz der Projekte zu ziehen, die aus dem im Frühling unterschriebenen Memorandum mit russischen Partnern entstanden sind.

So seien «die Feedbacks zu den bereits durchgeführten Stages von 21 russischen Ärztinnen und Ärzten im Universitätsspital sehr gut» gewesen, sagt Kübler. Der Austausch solle nächstes Jahr weitergeführt werden. Zudem konnten sie die bestehenden Kontakte vertiefen und nach dem Regierungswechsel neue Schlüsselkontakte im Gesundheitsbereich knüpfen, erklärt Kübler. «Das ist

eine gute Basis für eine weitere Zusammenarbeit.»

Muba-Leiter Chris Eichenberger sagt in seinem Fazit wie viele andere Teilnehmer: «Für uns ist es enorm wichtig, dass wir uns an diese offizielle Präsenz mit vielen Partnern anhängen können.» Die Präsenz hoher Basler Politiker und des Schweizer Botschafters in Moskau hätten viele Türen geöffnet. daw

### Iris Welten, BaselArea-Geschäftsführerin



**Ziele:** «Aufgrund der letztjährigen Präsenz sind zehn neue Projekte entstanden, also Kontakte zu Firmen, die sich in der Region Basel ansiedeln wollen»,

wie Iris Welten erklärt. «Diese Projekte wollten wir vertiefen und neue Kontakte zu potenziellen Kunden knüpfen.»

**Fazit:** «Die Ziele wurden erreicht», sagt Welten. Aufgrund der Erfahrungen von 2011 hat die Wirtschaftsförderung BaselArea auf grosse Präsentationen verzichtet: «Wir setzten am Wirtschafts-anlass voll auf «Business to Business-Gespräche. Für uns ist es aber erst dann wirklich ein Erfolg, wenn sich eine neue Firma in der Region niedergelassen hat», sagt Welten. Trotz den neuen Projekten vom vergangenen Jahr ist es noch nicht so weit. Vom ersten Kontakt bis zur Niederlassung dauere es zwei bis vier Jahre. Bislang siedelten sich pro Jahr zwei bis drei russische Firmen in der Region an. daw

### Frédéric Pothier, Basel Tourismus



**Ziele:** Basel bei Reiseveranstaltern bekannter machen und die Beziehungen vertiefen.

**Fazit:** Hat es sich gelohnt? Frédéric Pothier, Vizedirek-

tor Basel Tourismus, antwortet mit einem bestimmten «Ja». Das wird man an der Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern konkret messen können.

«Wichtig war das Gala-Dinner, zu dem wir unsere Partner einladen konnten», sagt Pothier. Aber sie hätten bereits in der Woche zuvor zusammen mit Schweiz Tourismus für den Standort Basel werben können. Die Qualität der russischen Tourismus-Vertreter bei der Gala sei sehr hoch gewesen. Bei Pothier sass zum Beispiel Kuoni Russland am Tisch. «Es ging nicht mehr darum, was Basel überhaupt sei», sagt er, «sondern um ganz konkrete Dinge.» So interessierte sich eine auf Hochzeitsreisen spezialisierte Firma für romantische Locations in Basel. daw

### Chris Eichenberger, MCH-Group



**Ziele:** «Wir wollten die 2011 aufgebauten Beziehungen mit dem Expo Centre Moscow vertiefen und wir hatten einen Ausstellervertrag für die Herbstwa-

renmesse in Basel im Gepäck», sagt Muba-Chef Chris Eichenberger.

**Fazit:** Der Ausstellervertrag ist unterzeichnet. An der Basler Herbstwarenmesse vom 27. Oktober bis 4. November werden 35 russische Aussteller traditionelle Volkskunst präsentieren. «Die Moskaureise hat sich auf jeden Fall gelohnt», ist Eichenberger überzeugt. So hätten sie eine Modemesse, ein «tolles Messeprodukt», gesehen, das auch eine Option für Basel wäre. «Für uns ist die Moskaureise eine Chance, unsere Messe-Infrastruktur bekannt zu machen und unser Portfolio mit russischen Ausstellern zu ergänzen.» Weiter seien Beziehungen zu einem privaten Messeveranstalter geknüpft worden, der demnächst Basel besuche. daw

### Reto Kocher, General-Manager «Les Trois Rois»



**Ziele:** Zusammen mit Basel Tourismus die Beziehungen zu den russischen Tour-Operators vertiefen. Zudem wollte Reto Kocher mit seiner Teilnahme

auch das Universitätsspital unterstützen. Das Grand Hotel Les Trois Rois und das Unispital kooperieren seit Jahren im Bereich Gesundheitstourismus. Angehörige von ausländischen Patienten des Unispitals können im «Les Trois Rois» zu Spezialpreisen wohnen.

**Fazit:** «Zum jetzigen Zeitpunkt ist das noch schwierig zu sagen», sagt Kocher. «Für mich war vor allem das Gala-Dinner als Netzwerkanlass wichtig.» Nicht nur, um fürs «Les Trois Rois» zu werben. «Es ging vor allem darum, Basel als Tourismusdestination zu promoten, beispielsweise gab es Gespräche mit einer Airline, die an einem Direktflug nach Basel interessiert ist. Davon würde die ganze Region profitieren», sagt Reto Kocher. daw