

## Bericht Nr. 2164 zum Auftrag «Die Bürgergemeinde in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit»

---

Dem Bürgergemeinderat zugestellt am 5. April 2019

### 1. Auftrag

Der Bürgergemeinderat hat in seiner Sitzung vom 19. Juni 2018 den Auftrag der CVP-Fraktion «Die Bürgergemeinde in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit» behandelt und dem Bürgerrat einstimmig zur Prüfung und Berichterstattung überwiesen:

*«Die Bürgergemeinderatswahlen sind vorbei. Rund um diese Erneuerungswahlen organisierte die Bürgergemeinde der Stadt Basel einen tollen Auftritt mit vielen kleinen und grossen Events, welche teilweise sehr gut besucht wurden. Die CVP-Fraktion hat diese kommunikative Offensive der Bürgergemeinde ausserordentlich geschätzt und gratuliert und dankt im Nachhinein noch einmal ganz offiziell und herzlich für dieses riesige Engagement.*

*Die Frage bleibt: wie weiter? Wenn solch grosse Anstrengungen lediglich alle sechs Jahr vor den Wahlen stattfinden, verpuffen Kräfte und Finanzen, was ausserordentlich schade wäre. Die CVP-Fraktion hat sich Gedanken gemacht und bittet den Bürgerrat ...*

*... zu prüfen und zu berichten, ob die folgenden Massnahmen eingeführt werden könnten:*

- *Die Programmzeitung bietet ein Gratis-Abo für die Tagesagenda: Dieses Angebot könnte von der BG selbst verwaltet und genützt werden, um Fotoausstellungen und Führungen im Stadthaus, «Im Bebbi si Burgergmaind», Jungbürgerfeier und vieles mehr zu bewerben.*
- *Die wunderbar gestaltete Bürgergemeinde-Zeitung sollte via Gratis-Abo für Bürgerinnen und Bürger der Stadt Basel elektronisch erhältlich werden.*
- *Die Bürgergemeinde-Zeitung müsste vor allem auch den Neubürgerinnen und -bürger zugänglich gemacht werden.*
- *Wie wäre es z.B. mit einem elektronischen Gratis-Newsletter, in welchem auf die einzelnen Events mit einem Link auf direktestem Weg (zu den Veranstaltern) hingewiesen werden kann?*
- *Das Gesamtpaket und weitere Massnahmen sollten nach drei Jahren evaluiert und die Resultate dem Bürgergemeinderat berichtet werden.»*

### 2. Ausgangslage und Einordnung

#### 2.1 Die Aktion vor den Wahlen 2017

Im Vorfeld der Wahlen 2017 trat die Bürgergemeinde der Stadt Basel (BG) im Sinne einer Imagewerbung und Bewusstseinschärfung mit der Kampagne «30 Erlebnisse und mehr» an die Öffentlichkeit. Während drei Monaten wurde mit einer eigens kreierte Online-Agenda auf öffentliche Veranstaltungen hingewiesen, die unter dem weiten Dach der BG stattfinden. Galt es doch damals anlässlich der bevorstehenden Wahlen, in kurzer Zeit möglichst viele Leute auf das breite Wirken der BG aufmerksam zu machen.

Einige der in der Agenda aufgeführten Events in Stadthaus, Bürgerspital, Waisenhaus, Forstbetrieb und bei Institutionen, die der Christoph Merian Stiftung (CMS) nahestehen, waren Bestandteil eines bestehenden Programms. Doch wurden für die «30 Erlebnisse»-Reihe auch speziell Events ins Leben gerufen wie etwa der Gummistiefel-Rundgang mit dem Förster oder – kurz vor dem Wahlwochenende – der sogenannte Glacé-Tag im Stadthaus.

Das Aufschalten des Kalenders wurde auch ausserhalb des Internets begleitet und beworben: u.a. mit einem an alle 50'000 Bürgerinnen und Bürger verschickten Prospekt, mit einer breit angelegten Strassenaktion (Verteilen von Karten und Bonbons) sowie mit spezifischer Medienarbeit.

Die Event-Reihe, der Online-Kalender und die flankierenden Massnahmen hatten einmaligen Aktions-Charakter und waren, auch technisch, auf Kurzlebigkeit angelegt.

## 2.2 Legislaturziel Öffentlichkeit

Das Anliegen des vorliegenden Auftrags, die verstärkte Wahrnehmung der Bürgergemeinde in der Öffentlichkeit, entspricht einem der Legislaturziele 2017-2023 des Bürgerrats, das da lautet: «Die Bürgergemeinde als Ganzes in der Öffentlichkeit stärker positionieren».

Eine Auslegeordnung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist erstellt und ein entsprechende Massnahmenkatalog liegt vor. Ein zentraler Teil der Massnahmen wurde im Jahr 2018 umgesetzt und implementiert: neue Website, neue Image-Filme und Facebook-Auftritt.

## 2.3 Bisherige Umsetzung – mit Blick auf Eventvermarktung

Seit Ende November 2018 verfügt die BG über einen komplett neu erarbeiteten Auftritt im Internet: Dieser besteht aus einer zeitgemässen **Website** (bgbasel.ch), die mit fünf eigens neu produzierten Videos bestückt ist, sowie aus einer sogenannten Fanpage auf dem Social-Media-Kanal **Facebook**.

Die Website macht sichtbar, was alles unter dem grossen Dach der Bürgergemeinde vereint ist; zudem übernimmt sie eine Portalfunktion, indem sie mit prominent gesetzten Links direkt auf die eigenständigen Webauftritte der Institutionen und der CMS weiterleitet. Dies entspricht dem BG-spezifischen Verständnis des Dachmarken-Prinzips<sup>1</sup>.

Die Landing-Page der BG-Website bietet unter der grosszügig angelegten Rubrik «Aktuelles» ausgebauten Möglichkeiten, um gezielt auf **bevorstehende Veranstaltungen** und laufende Projekte hinzuweisen. Während auf der Homepage vor allem Anlässe aus dem engeren Kreis der Bürgergemeinde (Stadthaus, Forstbetrieb, Zünfte, Bürgerspital und Waisenhaus) thematisiert werden, decken die aktuellen Beiträge auf der Facebook-Seite der BG ein noch weiter gefasstes Feld ab.

Hier finden auch Anlässe und Unterfangen Erwähnung, die sich im grösseren Umfeld der Bürgergemeinde abspielen, so etwa in den vielen Institutionen, die in einem Zusammenhang mit der Christoph Merian Stiftung stehen.

Auf Facebook gilt für alle Bereiche: Es gibt sowohl Vorschauen (Bsp: Hinweis auf den jährlichen Stadtbuch-Event oder eine Vernissage im Stadthaus) als auch bebilderte Beiträge im Anschluss an ein Ereignis (Bsp: Vogel Gryff im Waisenhaus oder Prämierung von «Innovation Basel»).

Die Beiträge auf Facebook bestehen einerseits in selbstverfassten Beiträgen und andererseits in geteilten Beiträgen anderer Facebook-Usern und -Userinnen wie etwa die CMS-Projekte oder sonstige Akteure im Sozialbereich. Die Facebook-Präsenz verschafft der BG zudem eine neue Möglichkeit, ihr breites soziales Engagement öffentlich wahrnehmbar zu machen, in dem hier auch auf unterstützte Projekte und Institutionen hingewiesen wird.

---

<sup>1</sup> Die Bürgergemeinde als umfassende Klammer ist sichtbar – die einzelnen Institutionen und Betriebe verfügen jedoch über eigene Auftritte in der Öffentlichkeit, die ihnen das Bestehen am jeweiligen Markt erlauben. Dadurch erhalten sie, wie u.a. schon im Strategiebericht Nr. 2092 festgehalten, adäquaten und unternehmerischen Spielraum für ihre Weiterentwicklung und Wettbewerbsoptimierung.

### 3. Stellungnahme des Bürgerrates zu den einzelnen Fragen

Angesichts der erfolgten Weiterentwicklung des medialen Auftritts der BG ist ein Grossteil der Anregungen aus dem Auftrag Isler heute bereits weitgehend erfüllt.

Zu den im Auftrag angesprochenen Punkten im Einzelnen:

- ***Die Programmzeitung bietet ein Gratis-Abo für die Tagesagenda: Dieses Angebot könnte von der BG selbst verwaltet und genützt werden, um Fotoausstellungen und Führungen im Stadthaus, «Im Bebbi si Burgergmaind», Jungbürgerfeier und vieles mehr zu bewerben.***

Für ihre eigenen Veranstaltungen nutzt die BG bereits heute alle in den lokalen Medien zur Verfügung stehenden Agenden, auch die der Programmzeitung. Gratisangebote werden bevorzugt. Seit November 2018 bewirbt die BG zudem ihre Anlässe auch auf der eigenen Website und auf Facebook. In gewissen Fällen wird auf Facebook auch die Möglichkeit genutzt, bestimmte Zielgruppen direkt anzusprechen.

- ***Die wunderbar gestaltete Bürgergemeinde-Zeitung sollte via Gratis-Abo für Bürgerinnen und Bürger der Stadt Basel elektronisch erhältlich werden.***

Das Magazin wurde auf März 2019 grundlegend überarbeitet und neu gestaltet, es erscheint nun unter dem Namen «bg-post».

Bereits die bisherige BGZ war auf der alten Website für alle Interessierten elektronisch verfügbar. Dies gilt nun auch für die «bg-post» und die neue Website. Letztere bietet zudem allen Interessierten per Kontaktformular die Möglichkeit, die Printausgabe der bg-post zu abonnieren oder bei Erscheinen des Heftes mittels Push-Mail und Link informiert zu werden. Ein schrittweiser Ausbau des Abonentenkreises ist geplant.

- ***Die Bürgergemeinde-Zeitung müsste vor allem auch den Neubürgerinnen und -bürger zugänglich gemacht werden.***

Seit Februar 2019 erhalten sämtliche Neubürgerinnen und -bürger mit der brieflichen Einladung zur Bürgerbrief-Übergabe einen Talon, mit dem sie die «bg-post» gratis abonnieren können. Der Talon liegt auch an der Feier selbst auf. Das Abonnement besteht entweder in der Zustellung der Printausgabe per Post oder der Zustellung eines Push-Mails mit Link auf die Website bei Erscheinen des Heftes.

- ***Wie wäre es z.B. mit einem elektronischen Gratis-Newsletter, in welchem auf die einzelnen Events mit einem Link auf direktestem Weg (zu den Veranstaltern) hingewiesen werden kann?***

Im Bereich Event-Vermarktung stehen aktuell ganz bewusst die neue **Website** und vor allem das Wirken auf der zeitgemässen Plattform **Facebook** im Vordergrund. Daneben werden auch die klassischen Kanäle (Postversände, gezielte Mails, Medienarbeit) weiterhin genutzt.

Auf Facebook werden in der Regel pro Woche zwei bis drei Posts platziert; wenn es die Aktualität verlangt, können es gerne auch einmal mehr sein. Einzelne Veranstaltungen können gezielt beworben werden. Wer der BG auf Facebook folgt, wird regelmässig informiert. Die im Auftrag angeregte direkte Verlinkung zu den Veranstaltern ist auf Facebook selbstverständlich und auch auf der BG-Website werden jeweils prominente Direktlinks zu den Anbietern gesetzt.

Kurz: Die flexiblen Möglichkeiten von Website und Facebook entsprechen den Gegebenheiten und der Anzahl Veranstaltungen in der BG; sie dienen als zielführendere Instrumente als ein elektronischer Gratis-Newsletter.<sup>2</sup>

- **Das Gesamtpaket und weitere Massnahmen sollten nach drei Jahren evaluiert und die Resultate dem Bürgergemeinderat berichtet werden.**

Über die Massnahmen, die er aus dem Legislaturziel «Die Bürgergemeinde als Ganzes in der Öffentlichkeit stärker positionieren» ableitet, erstattet der Bürgerrat dem Parlament jährlich Bericht (vgl. Jahresbericht Kapitel «Öffentlichkeitsarbeit»).

#### 4. Zusammenfassend

Seit dem Einreichen des Auftrags im März 2018 ist im Bereich zur Wahrnehmung der BG in der Öffentlichkeit – u.a. im Rahmen der Legislaturziele 2017-2023 – viel passiert. Zahlreiche Massnahmen wurden umgesetzt.

Informationen über ausgewählte Veranstaltungen in den BG-Institutionen werden über die neue BG-Website und Facebook verbreitet.

Es ist Teil des BG-spezifischen Dachmarkenprinzips, dass die Institutionen und Betriebe auf der Ebene von Veranstaltungen eine eigenständige PR-Strategie fahren.

Der Kalender als Wahlaktion 2017 war ein Erfolg; im Alltag entspricht ein allumfassender BG-Event-Newsletter kaum einem Nutzerbedürfnis.

Auf einen zusätzlichen BG-Event-Newsletter soll verzichtet werden.

---

<sup>2</sup> Die im Auftrag Isler zitierte Event-Kampagne vor den Wahlen 2017 war eine einmalige Kurzzeit-Aktion, die damals zwar auf Anklang stiess, die sich jedoch nicht - etwa in Form eines elektronischen Gratis-Newsletters - in den BG-Alltag übertragen lässt. Folgende Gründe lassen sich hier nennen:

- Die Durchführung von Events ist für die meisten involvierten Betriebe nur eine Nebenerscheinung ihrer Tätigkeit (Bsp: Jubiläum Waisenhaus), die jeweiligen Kernaufgaben liegen in anderen Bereichen. Für die Kampagne 2017 wurden zusätzliche Events kreiert.
- Eine allumfassende BG-Daueragenda entspricht nicht der oben beschriebenen PR-Autonomie der einzelnen Institutionen und Betriebe.
- Das permanente Führen und Verschicken einer übergreifenden Agenda macht auch aus Sicht von externen Nutzenden wenig Sinn, da diese in der Regel themenorientiert nach Veranstaltungen suchen und kaum unter dem Überbegriff Bürgergemeinde.
- Die Erfahrung aus dem Wahlfrühling 2017 zeigt: Mit dem bestehenden Personalkörper der Zentralen Dienste ist der nötige Koordinationsaufwand und die laufende Aktualisierung einer umfassenden Agenda nicht zu erbringen.
- Für einen elektronischen Newsletter besteht keine entsprechende E-Mail-Adressdatei. Die Erstellung, Klärung von Datenschutzfragen und Pflege einer solchen kann mit den derzeitigen Ressourcen nicht geleistet werden.

## 5. Antrag

Gestützt auf diese Ausführungen beantragt der Bürgerrat dem Bürgergemeinderat folgende Beschlussfassung:

- ://:
1. Vom Bericht des Bürgerrates zum Auftrag «Die Bürgergemeinde in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit» wird Kenntnis genommen.
  2. Der Auftrag wird als erledigt abgeschrieben.

Namens des Bürgerrates

Die Präsidentin  
Fabienne Beyerle

Der Bürgerratsschreiber  
Daniel Müller

26.3.2019