



Vorlage an den Landrat

betreffend Abschreibung des Postulates von Röbi Ziegler vom 24. Januar 2002 "Werbung für Augusta Raurica"

vom 22. Juni 2004

Am 24. Januar 2002 hat Landrat Röbi Ziegler das Postulat "Werbung für Augusta Raurica" mit folgendem Wortlaut eingereicht (LR Nr. 2002/016):

Im vergangenen Sommer hat der Regierungsrat als Ergebnis des gemeinsamen Nachdenkens über die Tourismusförderung die Idee eines Erlebnisparks zwischen den Salztürmen von Schweizerhalle und den Ausgrabungsfunden von Augusta Raurica lanciert. Neben dieser grossartigen Vision nimmt sich mein Vorschlag nun wirklich wie ein Postulätchen aus.

Mir ist aufgefallen, dass an dem Ort, den die meisten Touristen in unserem Kanton aufsuchen, jeder Hinweis auf das touristisch interessanteste Ziel in unserem Kanton fehlt. Ich meine mit erstem die Autobahnraststätte Pratteln. An der Autobahn finden sich wohl die braunen Hinweistafeln für Augusta Raurica. Der Tourismuswerbung würde aber gut anstehen, wenn sich in der Raststätte irgendwelche Informationen - eine Werbetafel, eine Vitrine - für Augusta Raurica fänden.

Ich bitte den Regierungsrat, im Sinne einer Politik der kleinen Schritte für ein selbstbewussteres Auftreten mit dem, was wir schon haben, zu sorgen.

Das Postulat ist bei den betroffenen Dienststellen spontan auf offene Ohren gestossen und sehr begrüsst worden, da es die Bestrebungen der Verwaltung zur Attraktivitätssteigerung und Bekanntmachung der Römersdtadt Augusta Raurica unterstützt und in einem bislang nicht betreuten Bereich sinnvoll ergänzt.

Die Erziehungs- und Kulturdirektion bzw. die Römerstadt Augusta Raurica haben 2002 Verhandlungen mit der Betreiberin der Autobahnraststätte Pratteln aufgenommen. Die möglichen Mass-

nahmen, die auf einem Werbekonzept der Römerstadt und einer Offerte der Firma „Autogrill Pratten AG“ beruhen, sind in der Stellungnahme des Regierungsrates vom 12.04.2002 aufgelistet. Für die dort vorgeschlagenen Werbemassnahmen wurden CHF 75'000.– als einmalige Investitionen und CHF 9000.– als jährliche Mietkosten ins Budget 2003 aufgenommen.

Aufgrund der Budgetvorgaben des Regierungsrates (Saldi Direktion, Amt für Kultur, Römerstadt Augusta Raurica) und im Zuge der rigorosen Sparvorgaben mussten diese neuen, zusätzlichen Aufwendungen wieder *gestrichen* werden. Eine Finanzierung der Werbemassnahmen auf der Autobahnraststätte durch Verzicht auf andere Projekte wurde geprüft, konnte aber mit Rücksicht auf die eingegangenen Notgrabungsverpflichtungen nicht verkraftet werden.

Die Römerstadt Augusta Raurica gibt seit mehreren Jahren relativ wenig Geld für Werbezwecke aus, obschon sie mit jährlich rund 140'000 Besucherinnen und Besuchern der meistbesuchte touristische Ort im Baselbiet ist. Augusta Raurica ist nicht nur das grösste Archäologische Freilichtmuseum der Schweiz, sondern es erfüllt in zunehmendem Masse auch eine Funktion als interessantes und beliebtes Naherholungsgebiet für die Regio.

Die kostenrelevanten Werbemassnahmen sind

- *Faltprospekte* in relativ grosser Auflage (z. Z. ein Hinweis-Flyer zum dezentralen Auflegen und für den Postversand sowie ein Monumenten-Flyer zur Orientierung vor Ort; Druckkosten ca. CHF –.25 pro Expl.),
- eine *tägliche Mini-Rubrik* in der Basler Zeitung in Zusammenarbeit mit den Museumsdiensten Basel (ca. CHF 8'000.– p. a.)
- sowie *5 bis max. 15 Inserate* pro Jahr in wenigen Zeitschriften (ca. CHF 12'000.– p. a.).

Plakatdrucke im Weltformat, Aushänge in öffentlichen Verkehrsmitteln oder an Plakatsäulen, Inseratekampagnen usw. hat die Römerstadt noch *nie* lancieren können, trotz zweier herausragender Ausstellungen im Römermuseum (1998: „Out of Rome“; 2004: „DER SCHATZ“).

Die „Not“ macht bekanntlich erfinderisch: So hat es die Römerstadt Augusta Raurica in den letzten Jahren verstanden, *Werbe- und PR-Massnahmen* zu unternehmen, die ausser Phantasie und Eigeninitiative „nichts“ kosten und damit dennoch international eine grosse Beachtung zu erreichen. Als wesentlichen Werbeträger nutzt die Römerstadt ihre Kunden. Einerseits mit Direktwerbung vor Ort und andererseits durch die regelmässige Pflege mittels Direct-Mailing. Aktuelle Beispiele hierfür sind Mit-Versände von Ausstellungs- und Veranstaltungshinweisen, welche die Römerstadt 2003/04 über die Motorfahrzeugkontrolle (110'000 Expl.) bzw. über das kantonale Lohnbüro (9000

Expl.) abwickeln durfte. Zu diesen kostenlosen Massnahmen gehören auch exzellente Buchrezensionen in der archäologischen Fachwelt.

Eine *enge Zusammenarbeit* konnte die Römerstadt Augusta Raurica in den letzten Jahren mit Baselland Tourismus (seit 2002), Basel Tourismus (seit ca. 1975), Rheinfelden Tourismus (seit ca. 1999) und neuerdings besonders intensiv sogar mit Schweiz Tourismus aufbauen: Die Römerstadt gehört 2004 u. a. zu der Interessensgemeinschaft „*Swiss Attractions*“, in der 8 Top-Erlebnis-Museen der Schweiz (Verkehrshaus, Technorama, Landesmuseum etc.) vereint sind. Die Kosten für all diese Partnerschaften zusammen belaufen sich pro Jahr auf ca. CHF 30'000.– (je Projekt befristet auf die Dauer von rund 3 Jahren) und ermöglichen eine Multiplikatorwirkung der eingesetzten Mittel. So ist die Präsenz in allen wichtigen Internetauftritten sowie den Imprimaten sichergestellt. Ebenfalls profitiert das Baselbiet von der Medienarbeit und den Anstrengungen der Salesorganisationen. Auch gemeinsame Messeauftritte sind Teil dieser Zusammenarbeit.

Das weitaus grösste Aufwand-Etrags-Verhältnis erzielt die Römerstadt mit ihrer intensiven Pflege der *Print- und Sendemedien*! Mit einer professionellen Mitarbeiterin, die per Pflichtenheft rund 20 Stellenprozente der Medienbetreuung widmet, sowie mit regelmässigen Pressekonferenzen und Communiqués hat Augusta Raurica heute einen Pressespiegel, der sich sehen lassen kann: Letztes Jahr erschienen im In- und Ausland – von USA bis Neu Delhi – insgesamt 571 Zeitungsartikel über Augusta Raurica (2002: 472 Artikel).

Vom Sinn des Postulates und der Wünschbarkeit von Werbemassnahmen für Augusta Raurica an der viel frequentierten Autobahnraststätte in Pratteln ist die Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion genauso überzeugt wie die Unterzeichnenden des Postulats Ziegler. Es würde allerdings einmalige Auslagen von CHF 75'000.– und jährliche Mietkosten von CHF 9000.– auslösen. Im Vergleich zu den lediglich etwa CHF 25'000.–, welche die Römerstadt Augusta Raurica jährlich für Werbung ausgibt – und der damit erzielten beachtlichen Breitenwirkung –, erscheint es zum gegenwärtigen Zeitpunkt wenig sinnvoll und effizient, anderweitig diese doch hohen Kosten einzusparen, um das Postulat umzusetzen.

Antrag

Gestützt auf die vorstehenden Ausführungen beantragen wir, das Postulat 2002/016 von Robert Ziegler vom 24. Januar 2002 abzuschreiben.

Liestal, 22. Juni 2004

Im Namen des Regierungsrates

Der Präsident: Straumann

Der Landschreiber: Mundschin

Beilage: Postulat 2002/016

Landratsbeschluss

betreffend Abschreibung des LR-Postulates "Werbung für Augusta Raurica" von Landrat Röbi Ziegler (LR Nr. 2002/016)

Vom

Der Landrat des Kantons Basel-Landschaft beschliesst:

1. Das Postulat von Landrat Röbi Ziegler-Meuli zur "Werbung für Augusta Raurica" (LR Nr. 2002/016) wird abgeschrieben.