

«Wetten, dass...?» als Werbeträger

Mehr Übernachtungen und Fernsehpräsenz zur Hauptsendezeit für Basel



Publizität. Als Gastgeber von «Wetten, dass...?» kann Basel sein Zielpublikum in Deutschland ansprechen. Das Bild zeigt Günther Jauch beim Einlösen seiner Wette im Jahre 2004 in Basel. Foto Mathias Leemann

CHRISTIAN MIHATSCH

Das Basler Hotelgewerbe blickt einem Rekordjahr entgegen. Trotzdem kann zusätzliche kostenlose Werbung nicht schaden.

Wetten, dass viele Städte neidisch auf Basel schauen werden, wenn am 6. Oktober zum 12. Mal «Wetten, dass...?» in Basel gastiert? «Wetten, dass...?» ist die beliebteste Fernsehshow der deutschsprachigen Welt. Rund 15 Millionen Zuschauer werden am ersten Oktoberwochenende mit Thomas Gottschalk und seinen Gästen mitfiebert. Für Basel bringt das direkte Einnahmen, vor allem aus dem Gastgewerbe und kostenlose Werbung.

Um die St. Jakobshalle in ein Fernsehstudio zu verwandeln, braucht es

mehr als ein Sofa. Insgesamt belegt das ZDF die Halle für zwei Wochen. 200 Mitarbeiter verlegen einen Boden, bauen Bühne und Tribüne auf und installieren die Scheinwerfer, Kameras, Mikrofone und die übrigen Einrichtungen, die für eine derartige Show notwendig sind. Das Material füllt 20 Container.

ZUSÄTZLICHE ÜBERNACHTUNGEN. Insgesamt rechnet Basel Tourismus mit 1500 Übernachtungen, die sich direkt «Wetten, dass...?» zurechnen lassen, erklärt Raphael Wyniger von Basel Tourismus. Der Schweizer Tourismusverband (STV) veranschlagt Ausgaben von 400 Fr. pro Gast und Tag. Allein für Übernachtung, Verpflegung und das eine oder andere Mitbringsel wer-

den die Gäste also 600 000 Fr. ausgeben. Dazu kommen die Übernachtungen der Zuschauer, die speziell für die Sendung nach Basel kommen. Wie viele dies sind, lässt sich allerdings nicht eruieren. Weitere Einnahmen resultieren aus der Miete für die Halle, Aufträgen für Subunternehmer (Catering, Reinigung etc.) und natürlich die Crew der St. Jakobshalle, erklärt Thomas Kastl, Geschäftsführer respektive Gastgeber in der St. Jakobshalle.

Schwieriger ist es den Wert der Werbung für Basel zu beziffern. «Wetten, dass...?» bietet das ideale Werbemilieu. Die Zuschauer haben eine positive Einstellung zum Moderator, zur Sendung und zum Austragungsort. Wie oft Basel während der Sendung erwähnt wird, ist aber nicht bekannt.

Nicht absehbar ist ausserdem, ob sich Basel dank der Stadtwette wieder von seiner Schokoladenseite wird zeigen können, wie mit den Mumien auf dem Münsterplatz oder den Bankern als Punks.

In jedem Fall aber spricht «Wetten, dass...?» den wichtigsten Markt für Basel-Besucher an: Deutschland. Knapp 20% der Basler Hotelübernachtungen gehen auf das Konto von Gästen aus dem «grossen Kanton». Insgesamt blickt der Basler Tourismus einem Rekordjahr entgegen. Mit 78 734 Übernachtungen im August wurde der höchste Wert seit Anfang der 70er-Jahre ermittelt. Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Zahl der Besucher um 10,8% zu.

Wie viele der Millionen Zuschauer von «Wetten, dass...?» sich wegen der Sendung zu einem Baselbesuch inspirieren lassen, wird sich da nie klären lassen. Trotzdem ist der Wert der kostenlosen Werbung beachtlich: Marcel Meier vom Standortmarketing Basel schätzt den Werbewert auf rund 1 Million Franken. Dies ist dreimal mehr als das jährliche Budget für Basler Standortmarketing in Deutschland.

BETREUUNG. Addiert man die direkten Einnahmen aus der Sendung und die indirekten aus der Werbewirkung, kommt man auf rund 2 Millionen Franken zusätzlicher Einnahmen dank «Wetten, dass...?». Der Stadt ist es denn auch ein grosses Anliegen, immer wieder Gastgeber für Thomas Gottschalk und seine Show sein zu dürfen, wie Marcel Meier bestätigt. Damit das so bleibt, erlasse die Stadt dem ZDF nicht nur diverse Gebühren, sondern verzichte auch darauf, dem Sender die Kosten für die Stadtwette etc. in Rechnung zu stellen. Mit dem Standortmarketing Basel hätten die Veranstalter darüber hinaus einen einzigen Ansprechpartner, der sich um alles kümmert, erklärt Marcel Meier nicht ohne Stolz. Sollen die anderen doch neidisch sein am 6. Oktober.

bild des tages

Neue Destinationen



ACHT. Am Flughafen Basel-Mülhausen werden mit dem Winterflugplan acht neue Destinationen im Linienverkehr angeboten. Insgesamt bedienen damit ab dem EuroAirport 18 Fluggesellschaften 62 Flughäfen in 58 Städten. Die neuen Destinationen sind Bari, Funchal, Nürnberg, Dublin, Stockholm, Porto, Gerona und Valencia. Der neue Flugplan gilt ab 28. Oktober. In den ersten acht Monaten hat der binationale Flughafen Basel-Mülhausen 2,9 Millionen Passagiere verzeichnet (+10%). Für 2007 rechnet der EuroAirport insgesamt mit 4,35 Millionen Fluggästen. SDA

nachrichten

EU-Zulassung für Diabetes-Mittel

NOVARTIS. Der Pharmakonzern Novartis hat von der EU-Kommission die Zulassung für sein Diabetes-Medikament Galvus erhalten. In der Schweiz ist das Gesuch bei Swissmedic hängig, und in den USA werden die angeforderten zusätzlichen Studiendaten nicht vor 2009 eingereicht, wie es bei Novartis hiess. Die EU-Kommission hat Novartis die Zulassung für das Diabetes-Medikament Galvus in Kombination mit Metformin, Sulfonylhurea oder Thiazolidindione – den meist eingesetzten oralen Medikamenten für die Behandlung von Typ-2-Diabetes – erteilt. Die Zulassung sei ein wichtiger Meilenstein für die Millionen von Patienten mit Typ-2-Diabetes. Die Zulassung gilt für alle 27 EU-Staaten sowie für Norwegen und Island. Die Novartis-Aktie schloss bei 64.25 Fr. (+0,4%). AP

Lonza führt neues Prüfungssystem ein

BASEL. Der Pharmazulieferer und Life-Sciences-Konzern Lonza führt eine neue Technologie für mikrobiologische Prüfungssysteme ein. Das Produkt mit der Marke microCompass soll erstmals ein mikrobiologisches Eintages-Testverfahren ermöglichen. Anwendungsgebiete sind Körperpflegeprodukte, Pharmarohstoffe und nicht rezeptpflichtige Medikamente. AP

Nationale Suisse hat Tochter verkauft

BASEL. Der Verkauf der französischen Tochtergesellschaft der Nationalen Suisse an den französischen AXA-Konzern ist vollzogen. Die Aktien wurden nach der Zustimmung der zuständigen französischen Behörden am Freitag übergeben. Damit wird nun mit der Integration des französischen Vertriebsnetzes bestehend aus 165 Generalagenten und 220 Maklern begonnen. Die 80 verbleibenden Mitarbeiter werden von AXA übernommen. AP

Synthes mit neuem Investor-Relations-Chef

SOLOTHURN. Der aus der Region Basel stammende Gilgian Eisner ist neu verantwortlich für die Investor Relations von Synthes. Er ersetzt Peter Fehlmann, der für Synthes neue Aufgaben in den USA übernimmt. Gilgian Eisner arbeitet seit dem Jahre 2000 beim Medizintechnikunternehmen.

Santhera darf abkürzen

Kürzere Studiendauer vorgeschrieben

FRANZISKA PFISTER

Die US-Gesundheitsbehörde gewährt dem Baselbieter Biotechunternehmen Santhera eine leichte Abkürzung auf dem Weg zur US-Zulassung des ersten Produkts Idebenone.

Noch verfügt Santhera über kein marktreifes Medikament. Doch die Zulassung des ersten Produkts rückt näher. Die US-Gesundheitsbehörde FDA fordert den Liestalern eine kürzere klinische Studie mit weniger Patienten als bisher erwartet ab. Weil die Daten einer ersten klinischen Phase-III-Studie überzeugend ausgefallen waren, muss Santhera das Produkt gegen Friedrich-Ataxie nur über eine Dauer von sechs Monaten an 51 Patienten testen, teilt die Firma mit.

Friedrich-Ataxie ist eine erblich bedingte Nervenkrankheit, die Nerven- und Muskelgewebe verkümmern lässt: Patienten kommen in den Rollstuhl. Santhera konzentriert sich auf die Entwicklung von Medikamenten gegen selten auftretende, schwere Muskelerkrankungen. Dieses Gebiet sei bislang wenig erforscht. Alle Produktkandidaten fallen unter die «Orphan Drug»-Gesetzgebung. Mit diesen Gesetzen gewähren die EU und die USA gewissen Medikamenten für einen Zeitraum von mehreren Jahren Marktexklusivität. Voraussetzung ist, dass die Zahl der Patienten nicht ausreicht, um das Produkt gewinnbringend zu entwickeln.

Santhera will demnächst mit der Rekrutierung der Patienten für die neue Studie beginnen. Gesucht würden 51 US-Patienten mit Friedrich-Ataxie im Alter von 8 bis 17 Jahren. Im Laufe des Jahres 2009 möchte die Firma die Entwicklung des Produkts abschliessen und rechnet mit der US-Zulassung. In der EU befindet sich Idebenone bereits in der Registrierungsphase, dort schrieben die Behörden keine zweite klinische Studie vor. Im zweiten Halbjahr 2008 soll das Medikament in Europa auf den Markt kommen. Santhera will Ende 2009 bis Anfang 2010 die Gewinnschwelle erreichen. Die Gruppe ist seit November 2006 an der Schweizer Börse kotiert. Der Kurs hat seither knapp 20% zugelegt, am Freitag stieg die Aktie um 0,9%.

4B verstärkt regionale Präsenz

Umweltfaktoren gewinnen im Fensterbau an Bedeutung



Familie. Otto, Ivo, Mark und Max Bachmann leiten als «4B» ihre Firma. Foto Jean-Jacques Ruchti

STEFAN SCHUPPLI

Die Fensterfabrik 4B profitiert von gestiegenen Isolationsansprüchen. Aus Platzgründen ist die Regionalvertretung von Reinach nach Pratteln gezogen.

4B – genau so soll man sich eine grundsätzliche, urschweizerische und seriöse Mittelstandsfirma vorstellen: seit über 100 Jahren im Schreinerhandwerk, seit über 30 eine gefestigte Position im industriellen Fensterbau. Jährlich ansprechendes Wachstum, ein Umsatz von 150 Mio. Fr., 550 Mitarbeitende – und Produkte, die nicht zu den billigsten gehören, wohl aber zu denjenigen, die für eine kleine Ewigkeit gemacht sind.

Das 4B steht für die vier «Bachmänner» Mark, Otto, Ivo und Max, die heute die Gruppenleitung der Luzerner Firma bilden. Die steigen-

den Energiepreise sorgen auf dem Gebiet der Renovierungen für zusätzlichen Schub. «Das spüren wir hier in der Region Basel besonders, weil man da umweltbewusst denkt», sagt Regionalleiter Stefan Rausch bei der Eröffnung der Filiale in Pratteln. Dort sind 25 Personen tätig, die 10% des Gruppenumsatzes erwirtschaften.

HEIZKOSTEN SPAREN. CEO Mark Bachmann geht davon aus, dass man bei einer Hausrenovation bis zu 30% der Heizenergie sparen könne. Jetzt, da der Ölpreis gestiegen ist, rechnet sich das – obwohl viele Hausbesitzer «aus Prinzip und aus Überzeugung» energiesparende Investitionen tätigen würden. Der Klimarappen sei vielleicht vom Betrag her nicht gerade bedeutungsvoll, aber er liefere ein

«positives Signal. Da hilft die Politik», sagt Mark Bachmann.

Die Kosten für eine Fensteranierung sind nicht unbeträchtlich. Im letzten Jahr lieferte 4B Fenster für 1700 Einfamilienhäuser. Durchschnittlicher Auftragswert: 20 000 Fr. Die Firma produziert mit 400 Mitarbeitenden in Ebikon und Hochdorf. Sie ist spezialisiert auf Holz-Aluminium-Verbundbauweise (teilweise auch Kunststoff-Aluminium) und macht immer wieder mit Innovationen von sich reden. Nach EGO Kiefer ist sie die Nummer zwei im Schweizer Fensterbau. Weiter fabriziert 4B Badmöbel. Dank der kräftigen Konjunktur sind auch die Wachstumsaussichten der Firma gut. Der Personalbestand nimmt entsprechend zu. Seit 1998 hat die Firma den Umsatz mehr als verdoppelt.