

Wirkungsbericht zum Kulturleitbild 2020–2025 des Kantons Basel-Stadt

**Bericht zuhanden des Präsidialdepartements
des Kantons Basel-Stadt**

Luzern, den 30. Oktober 2024

| Autorinnen und Autoren

Dr. Christof Schwenkel (Projektleiter)

Vera Hertig, MA (Stv. Projektleiterin)

Chiara Büchler, MA

Dr. Stefan Rieder

| INTERFACE Politikstudien

Forschung Beratung AG

Seidenhofstrasse 12

CH-6003 Luzern

Tel +41 (0)41 226 04 26

Rue de Bourg 27

CH-1003 Lausanne

Tel +41 (0)21 310 17 90

www.interface-pol.ch

| Auftraggeber

Präsidialdepartement Kanton Basel-Stadt, Generalsekretariat

| Projektsteuerung

Dr. Katrin Grögel (Leiterin Abteilung Kultur); Sebastian Kölliker (Generalsekretär Präsidialdepartement, bis 31.01.2024); Christoph Bosshardt (Leiter Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing), Dr. Werner Hanak (Stv. Leiter Abteilung Kultur), Neda Schön (Leiterin Stab/Dienste Abteilung Kultur)

| Zitiervorschlag

Schwenkel, Christof; Hertig, Vera; Büchler, Chiara; Rieder, Stefan (2024): Wirkungsbericht zum Kulturleitbild 2020–2025 des Kantons Basel-Stadt. Bericht im Auftrag des Präsidialdepartements des Kantons Basel-Stadt. Interface Politikstudien Forschung Beratung, Luzern/Lausanne.

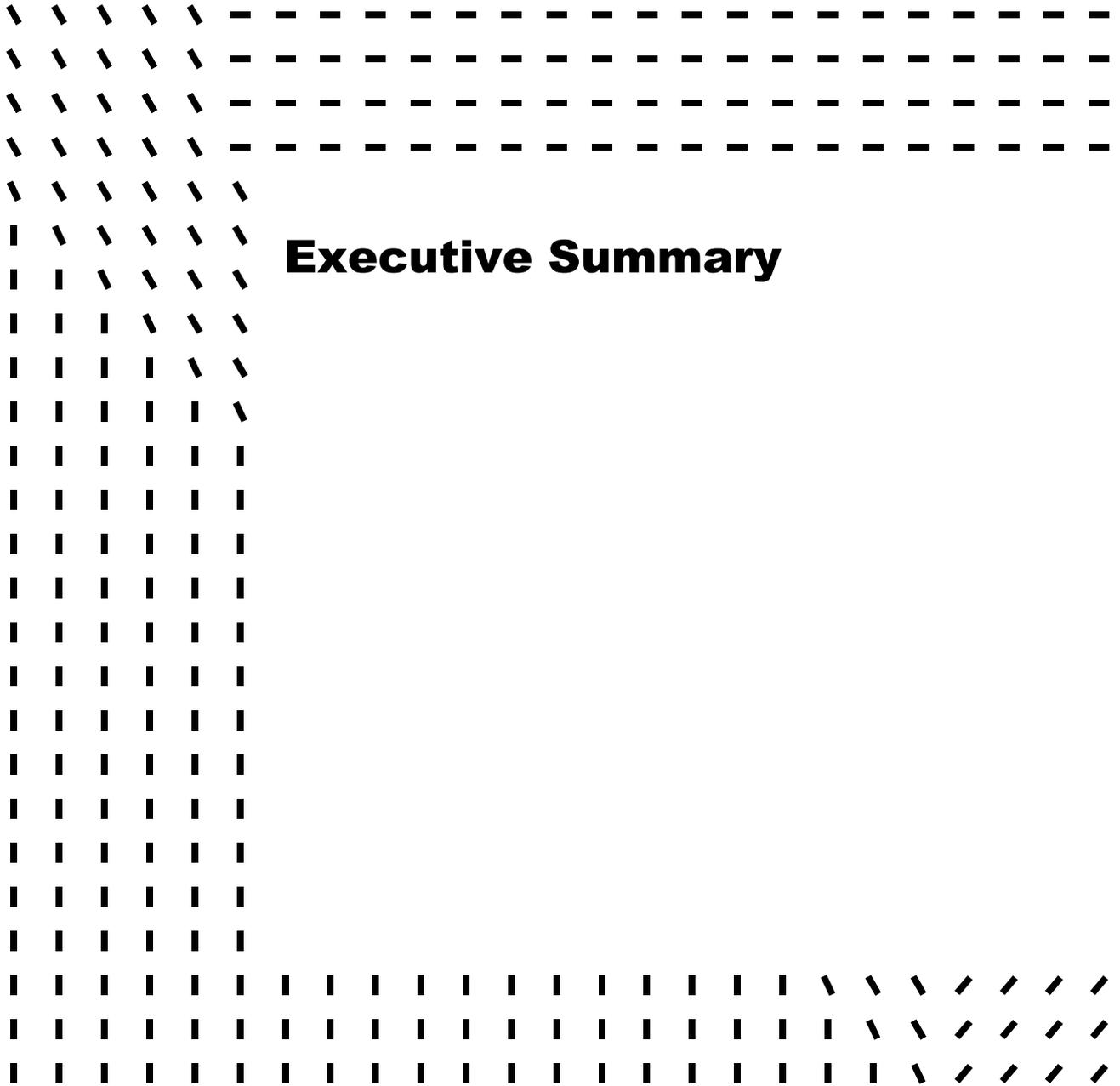
| Laufzeit

Januar bis Dezember 2024

| Projektreferenz

Projektnummer: 23-125

Executive Summary	4
1. Einleitung	8
1.1 Vorgehen zur Erstellung des Wirkungsberichts	10
1.2 Aufbau Wirkungsbericht	13
2. Beurteilung der Erreichung der Ziele des Kulturleitbilds	14
2.1 Form und Bedeutung des Kulturleitbilds	16
2.2 Umsetzung der Massnahmen	18
2.3 Beurteilung der Zielerreichung	19
3. Wahrnehmung und Reichweite des kulturellen Angebots bei der Bevölkerung sowie Information der Kunst- und Kulturschaffenden	38
3.1 Bekanntheit und Besuch von Kulturinstitutionen	39
3.2 Bekanntheit und Besuch von Festivals	43
3.3 Spezifische Fragen zur Museumsnacht	49
3.4 Informationskanäle	50
3.5 Kommunikation der Abteilung Kultur gegenüber Kunst- und Kulturschaffenden	52
4. Schnittstellen und Synergien in der kantonalen Verwaltung im Kulturbereich	53
4.1 Zusammenarbeit und Koordination in der kantonalen Verwaltung	54
4.2 Synergiepotenzial im Bereich Kommunikation	57
5. Empfehlungen zur Erarbeitung und Umsetzung des Kulturleitbilds 2026–2031	59
5.1 Empfehlungen zum Aufbau und zur Erarbeitung des Kulturleitbilds 2026–2031	60
5.2 Empfehlungen zu einer besseren Abstimmung der Massnahmen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen	63
5.3 Hinweise für das Wirkungscontrolling	63
Anhang	65
A 1 Interviewpartner/-innen	66
A 2 Ausgewertete Dokumente und Daten	66
A 3 Massnahmencontrolling	68
A 4 Kommentare Befragung zum Kulturleitbild	70
A 5 Interviewleitfaden	70



Executive Summary

Gemäss Kulturfördergesetz des Kantons Basel-Stadt (KuFG vom 21. Oktober 2009, Stand 30. Mai 2022)¹ legt der Regierungsrat «die Kulturförderpolitik unter Mitwirkung aller interessierter Personen in einem Kulturleitbild periodisch fest» (§ 8 KuFG). Das neu zu erarbeitende Kulturleitbild 2026–2031 soll strategischer ausgerichtet sein als die ersten beiden Kulturleitbilder und neu einen Fokus auf spezifische Themen legen.

Als eine Grundlage für die Erarbeitung des neuen Kulturleitbilds 2026–2031 hat das Präsidialdepartement die Erstellung eines Wirkungsberichtes bei *Interface Politikstudien Forschung Beratung AG* in Luzern in Auftrag gegeben. Der Wirkungsbericht dient als Grundlage für den Aufbau eines indikatorenbasierten Wirkungscontrollings für das neue Leitbild² und macht Empfehlungen für die geplante Neukonzeption des Kulturleitbilds 2026–2031. Weiter umfasst der Wirkungsbericht eine retrospektive Beurteilung der kulturpolitischen Massnahmen der Periode des aktuellen Kulturleitbilds (2020–2025) im Hinblick auf ihren Beitrag zu den übergeordneten Zielsetzungen. Bei der Beurteilung ist dabei stets dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Corona-Pandemie die Kulturpolitik vor besondere und nicht zu antizipierende Herausforderungen gestellt hat. Eine Betriebsanalyse zur Abteilung Kultur von 2023 kommt zudem zum Schluss, dass der Arbeitsaufwand stärker angestiegen ist als die Personal-Ressourcen. Auf Wunsch des Auftraggebers wurde im vorliegenden Wirkungsbericht ein Fokus auf das Thema «Basel als Musikstadt», auf Schnittstellen und Synergiepotenziale zwischen verschiedenen kantonalen Stellen im Kulturbereich, auf die Dachleistungen der Abteilung Kultur in der Kulturkommunikation und auf die Wahrnehmung der Kommunikation in der Bevölkerung gelegt.

I Methodisches Vorgehen

Für die Erstellung des Wirkungsberichts wurden Dokumente und Daten ausgewertet und 22 Interviews mit Schlüsselpersonen aus der kantonalen Verwaltung, aus Kulturinstitutionen und von Förderpartnern geführt. Um die Bekanntheit und Wahrnehmung der Kulturpolitik in der Bevölkerung zu ermitteln, wurde zudem eine Online-Befragung bei einer zufällig gezogenen Stichprobe aller Einwohner/-innen im Kanton Basel-Stadt durchgeführt (in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Amt). An der Befragung haben knapp 1'000 Personen teilgenommen. Schliesslich wurde die Stadt Zürich für einen punktuellen Vergleich mit Basel (mit einem Fokus auf dem Thema «Musikstadt») betrachtet.

I Retrospektive Beurteilung der Erreichung der Ziele des Kulturleitbilds 2020–2025

Der Regierungsrat hat im aktuellen Kulturleitbild folgende drei übergeordnete Ziele festgehalten und jedes dieser Ziele in drei Unterziele aufgliedert:

¹ SG 494.300.

² Eine Betriebsanalyse zur Abteilung Kultur Basel-Stadt (zusammenfassender Bericht vom März 2023) empfiehlt «die Erfassung bestehender Planungs- und Controlling Methoden in einer ganzheitlichen Steuerungslogik».

- Basel baut seine hervorragende Position als Kulturstadt aus
- Basel fördert kulturelle Innovation und richtet sich auf neue Potenziale aus
- Fördern auf der Höhe der Zeit

Diese übergeordneten Ziele wurden weiter durch 33 spezifische Ziele und 61 Massnahmen in zwölf Handlungsfeldern sowie 6 spartenübergreifenden Massnahmen konkretisiert. Bei der Umsetzung der Massnahmen befand sich der Kanton dabei Anfang 2024 auf Kurs: Für die Mehrheit der Massnahmen läuft die Umsetzung gut und termingerecht. Besonders viele Massnahmen wurden im Hinblick auf die Ziele zur Museumsstadt und zur Förderung der freien Szene umgesetzt.

Die Erhebungen der Evaluation lassen darauf schliessen, dass der Kanton bezüglich aller drei übergeordneten Ziele und der neun Unterziele des Leitbilds in den letzten Jahren Fortschritte erzielt hat. Besonders positiv fällt dabei die *Positionierung von Basel-Stadt als Museumsstadt* aus. Untermauert wird dieser Befund mit steigenden Besucherzahlen, erfolgreichen Aktivitäten zur Weiterentwicklung und zum Marketing der Museen sowie der Wahrnehmung der Bevölkerung von Basel-Stadt als Museumsstadt. Ebenfalls als positiv ist die Zielerreichung bezüglich des *Wachstums der Kulturstadt in Einklang mit der freien Szene* zu beurteilen. So hat der Kanton gut auf die Herausforderungen der freien Szene reagiert und beispielsweise mit den Massnahmen zur Umsetzung der Trinkgeld-Initiative die Rahmenbedingungen für die freie Szene insgesamt verbessert. Auch nimmt die kantonale Bevölkerung das kulturelle Angebot als vielfältig und das Angebot der Alternativkultur als breit wahr. Weniger positiv fällt die Beurteilung zur Zielerreichung bezüglich des Ziels *«Die Musikstadt Basel verschafft sich Gehör»* aus. Trotz des vielfältigen und qualitativ hochstehenden Angebots, trotz renommierter Institutionen im Bereich Ausbildung und Forschung im Bereich Musik und einer erfolgreichen Weiterentwicklung der Musikförderung sind bei der Positionierung als Musikstadt Defizite festzustellen. Dies gerade auch im Vergleich zur Wahrnehmung von Basel als Museums- und Kunststadt. Gründe dafür sind unter anderem bei der Nicht-Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen (aufgrund der Corona-Pandemie), einer fehlenden Schwerpunktsetzung in der Kommunikation, sich konkurrierenden Nischenangeboten und einer schwierigen Konkurrenzsituation mit anderen Städten zu finden. Der Wirkungsbericht zeigt weiter gewisse Wirkungen bezüglich der gesetzten Ziele zu den Themen *Chancengleichheit, Gendergerechtigkeit und kultureller Teilhabe* auf. Die Tatsache, dass ein Drittel der Bevölkerung sich heute besser über das kulturelle Angebot in Basel informiert fühlt als vor fünf Jahren, kann auf die verstärkten Kommunikationsaktivitäten von Kanton und Kulturakteuren zurückgeführt werden.

I Wahrnehmung und Reichweite des kulturellen Angebots bei der Bevölkerung

Die Wahrnehmung des kulturellen Angebots in der Bevölkerung ist insgesamt positiv. Das Kulturangebot ist für die Bevölkerung wichtig und stösst auf Interesse. Die Dienststellen des Kantons, die mit Betriebsbeiträgen geförderten Institutionen und auch die (mehrheitlich mit Swisslos-Geldern) geförderten Festivals sind bekannt und werden besucht. Die Online-Befragung zeigt, dass bei vielen Basler Festivals die Vielfalt, Atmosphäre und die Qualität des Angebots eine wichtige Rolle für den Besuch und die positive Wahrnehmung spielen. Die Befragung unterstreicht zudem die grosse Anziehungskraft, welche die Museumsnacht auf die kantonale Bevölkerung hat. Die wichtigsten Informationsquellen zum kulturellen Angebot sind für die Baslerinnen und Basler Plakate, der Austausch mit anderen Personen, gedruckte Informationen und digitale Veranstaltungskalender.

I Schnittstellen und Synergien in der kantonalen Verwaltung

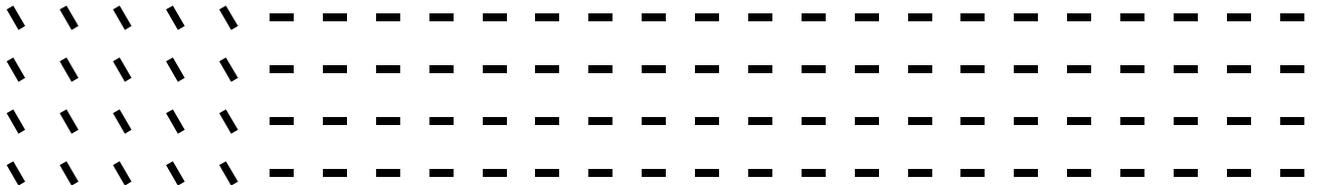
Es gibt zahlreiche Schnittstellen zwischen der Abteilung Kultur und anderen kantonalen Stellen, beispielsweise im Bereich der Kulturförderung, der Vermittlung oder der

Kommunikation. Die Abteilung Kultur ist innerhalb des Präsidialdepartements mit den anderen Abteilungen gut vernetzt und die Zusammenarbeit mit den sieben Dienststellen funktioniert gut. Auch ausserhalb des Präsidialdepartements arbeitet die Abteilung Kultur mit kantonalen Stellen, wie der kantonalen Denkmalpflege, dem Swisslos-Fonds Basel-Stadt oder mit Basel Tourismus, zusammen und pflegt einen engen Austausch. Eine gute Zusammenarbeit ist auch im Bereich der Kommunikation zwischen der Abteilung Kultur mit der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sowie mit Basel Tourismus festzustellen, beispielsweise im Bereich Grossveranstaltungen und Festivals.

Verbesserungspotenzial besteht bei der Koordination der kulturellen Anliegen der verschiedenen Abteilungen und Dienststellen innerhalb der Verwaltung und mit der Politik (z.B. im Bereich der Digitalisierung) sowie bei der Koordination der Kulturförderung mit dem Swisslos-Fonds in ausgewählten Bereichen. Bei der Kommunikation kann gemäss den Erhebungen die Abstimmung zwischen der Abteilung Kultur, der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sowie Basel Tourismus noch optimiert werden – insbesondere auch in Hinblick auf die Kommunikation der strategischen Schwerpunkte des neuen Kulturleitbilds.

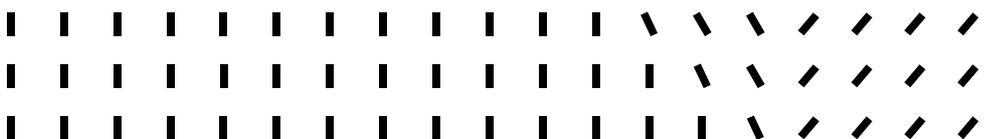
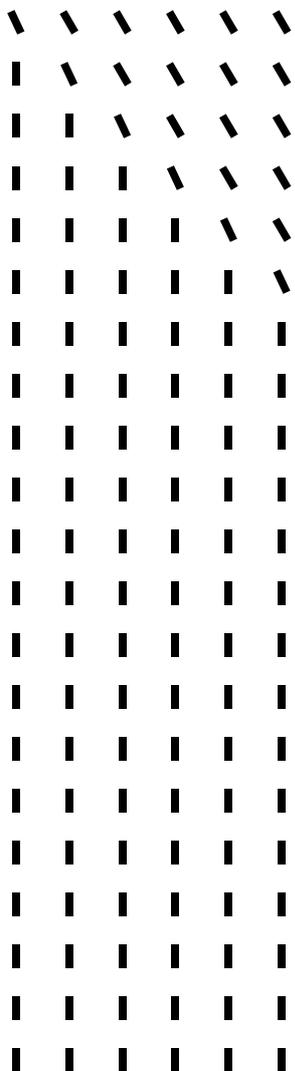
I Empfehlungen zur Erarbeitung und Umsetzung des Kulturleitbilds 2026–2031

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus den Erhebungen wurden Empfehlungen zum Aufbau, zur Erarbeitung sowie zur Kommunikation des neuen Kulturleitbilds und dem dazugehörigen Wirkungscontrolling sowie zu einer besseren Abstimmung der Massnahmen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen formuliert. Die Umsetzung der Empfehlungen hat im Rahmen des Prozesses zur Erarbeitung und Neukonzeption des Kulturleitbilds 2026–2031 bereits gestartet, wobei Interface die Abteilung Kultur bei der Erarbeitung eines Wirkungscontrollings (Definition von Indikatoren und Messmethoden) unterstützt.



1. Einleitung

In diesem Kapitel wird die Ausgangslage und das methodische Vorgehen zur Erstellung des Wirkungsberichts beschrieben.



Die Kulturförderung durch den Kanton Basel-Stadt ist im Kulturfördergesetz geregelt (KuFG vom 21. Oktober 2009, Stand 30. Mai 2022)³. Dabei definiert § 2 KuFG die grundsätzlichen Leitlinien und Rahmenbedingungen für die Förderung des kulturellen Schaffens, der Vermittlung der Kultur sowie des kulturellen Austauschs. § 8 KuFG sieht eine periodische Festlegung der Kulturförderpolitik durch den Regierungsrat unter Mitwirkung aller interessierter Personen in einem Kulturleitbild und die Berichterstattung über die Umsetzung des Leitbilds durch den Regierungsrat vor.

Im *Kulturleitbild 2012–2017/19* wurde ein umfassendes Kulturkonzept mit einer Gesamtstrategie formuliert. Im Dezember 2017 hat der Regierungsrat Basel-Stadt zudem eine Museumsstrategie verabschiedet und darin kulturpolitische Rahmenbedingungen und eine Anpassung von Strukturen für die fünf staatlichen Museen im Kanton Basel-Stadt definiert. Das *Kulturleitbild 2020–2025* ist gemäss Auftrag der Regierung als Fortführung des ersten Kulturleitbilds konzipiert und stellt die Gesamtstrategie für eine zukunftsgerichtete Weiterentwicklung von Basel als Kulturstadt dar. Der Regierungsrat hat im Kulturleitbild *drei übergeordnete Ziele* festgehalten und dabei jedes der drei Ziele *jeweils in drei Unterpunkte* aufgegliedert. Die übergeordneten Ziele werden weiter in *zwölf Handlungsfeldern* durch 33 spezifische Ziele und 61 Massnahmen sowie sechs spartenübergreifende Massnahmen konkretisiert (siehe Darstellung D 2.1).

Die Regierung hat auf Antrag des Präsidialdepartements den Auftrag zur Erarbeitung eines neuen Kulturleitbilds für die Periode 2026 bis 2031 erteilt. Während im Kulturleitbild 2020–2025 bereits Ziele und Massnahmen aus der Museumsstrategie übernommen wurden, soll für das neue Leitbild eine Integration der Museumsstrategie erfolgen, um Doppelspurigkeiten abzuschaffen.

Die Verantwortlichen des Präsidialdepartements des Kantons Basel-Stadt haben Ende 2023 Interface Politikstudien Forschung Beratung in Luzern und Lausanne mit der Erstellung des vorliegenden Wirkungsberichts beauftragt. Der Wirkungsbericht soll in erster Linie als Grundlage für den Aufbau eines indikatorenbasierten Wirkungscontrollings⁴ dienen, die für das zu erarbeitende Kulturleitbild 2026–2031 eingesetzt werden sollen. In zweiter Priorität soll er die Wirkungen der Kulturpolitik seit 2012 überprüfen und dabei den Fokus auf die Massnahmen seit 2020 setzen. Letzteres soll nicht nur den engeren Bereich der Kulturförderung umfassen, sondern alle von der Abteilung Kultur und ihren Dienststellen wahrgenommenen Aufgaben.

³ SG 494.300.

⁴ Die Betriebsanalyse zur Abteilung Kultur Basel-Stadt (zusammenfassender Bericht vom März 2023) empfiehlt «die Erfassung bestehender Planungs- und Controlling Methoden in einer ganzheitlichen Steuerungslogik».

Konkret werden mit dem vorliegenden Wirkungsbericht die folgenden beiden vom Präsidialdepartement gesetzten Ziele verfolgt:

1. *Retrospektive Beurteilung*: Die in der aktuellen Periode 2020 bis 2025 getroffenen kulturpolitischen Massnahmen sollen, unter Berücksichtigung der Covid-Krise, im Hinblick auf die übergeordneten Ziele des Kulturleitbilds beurteilt werden. Auf Wunsch des Auftraggebers wird ein besonderer Fokus auf Basel als «Musikstadt», auf Schnittstellen und Synergiepotenziale sowie auf die Dachleistungen der Abteilung Kultur in der Kulturkommunikation und die Wahrnehmung der Kommunikation in der Bevölkerung gelegt. Die Auswahl dieser Schwerpunkte erfolgte aufgrund des vom Präsidialdepartement vermuteten Optimierungsbedarfs in diesen Feldern. Die retrospektive Beurteilung wurde in voller Kenntnis darüber in Auftrag gegeben, dass dem Kulturleitbild 2020–2025 kein Wirkungsmodell zugrunde lag und dass mit dem Zeitpunkt der Beurteilung Anfang 2024 keine abschliessende Beurteilung für die gesamte Laufzeit des Leitbildes 2020–2025 möglich ist
2. *Empfehlungen für ein neues Kulturleitbild und Aufbau Wirkungscontrolling*: Der Wirkungsbericht soll basierend auf den Erhebungen Empfehlungen zur Erarbeitung des Kulturleitbilds 2026–2031, zu einer besseren Abstimmung der Massnahmen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen und Partnern/-innen sowie Hinweise zur Implementierung eines sinnvollen Wirkungscontrolling für das Leitbild 2026–2031 enthalten.

Integraler Teil des Auftrags ist die Unterstützung beim Aufbau eines Indikatorensets für ein Wirkungscontrolling für das Kulturleitbild 2026–2031 sowie entsprechende Vorschläge für die Operationalisierung für übergeordnete und spezifische Ziele unter Berücksichtigung der besonders relevanten Massnahmen.

Im Folgenden stellen wir das Vorgehen zur Erarbeitung des retrospektiven Wirkungsberichts vor und illustrieren den Aufbau des Berichts. Die Unterstützung bei der Erarbeitung für das prospektive Wirkungscontrolling ist nicht Teil dieses Berichts.

1.1 Vorgehen zur Erstellung des Wirkungsberichts

Für die Erstellung des Wirkungsberichts wurden folgende methodischen Zugänge gewählt:

1.1.1 Daten- und Dokumentenanalysen

Es wurde eine systematische Analyse von Daten und Dokumenten durchgeführt, die für die Beurteilung der Zielerreichung des Kulturleitbilds als relevant betrachtet wurden. Analysiert wurden neben den beiden bisherigen Kulturleitbildern und der Museumsstrategie das Massnahmencontrolling zum Kulturleitbild, Jahresberichte von kantonalen Stellen und von Kulturakteuren, durchgeführte Evaluationen und Befragungen sowie Statistiken und Auswertungen, die Hinweise auf die Umsetzung der Ziele des Kulturleitbilds geben. Eine Übersicht der ausgewerteten Dokumente und Daten findet sich im Abschnitt A2 im Anhang.

1.1.2 Leitfadengestützte Interviews

Es wurden 22 leitfadengestützte Interviews zwischen Januar und Mai 2024 durchgeführt, wobei die Auswahl der Interviewpartner/-innen gemeinsam mit dem Auftraggeber erfolgt ist. Interviewt wurden insbesondere Schlüsselpersonen aus der kantonalen Verwaltung und ihren Dienststellen sowie Verantwortliche von Kulturinstitutionen und von Förderpartnern. Zudem wurden auch weitere Akteure wie Vertretende von Hochschulen sowie Mitglieder der Bildungs- und Kulturkommission des Grossen Rates interviewt. Die Liste der Interviewpartner/-innen findet sich im Abschnitt A 1 im Anhang, der generische

Leitfaden für die Durchführung der Interviews im Abschnitt A 5 im Anhang. Zehn Interviews wurden vor Ort in Basel, die übrigen Interviews über MS-Teams durchgeführt. Alle Interviews wurden protokolliert und mithilfe der Software MaxQDA ausgewertet.

1.1.3 Städtevergleich

Es wurden drei weitere Interviews mit Vertretenden der Städte Zürich und Genf geführt sowie Unterlagen aus diesen Städten gesichtet, um eine Aussensicht auf Basel und um Hinweise auf Good Practices zu erhalten. Ein Fokus des Städtevergleichs wurde auf das Thema «Musikstadt» gelegt.

1.1.4 Befragung zum Kulturleitbild bei der kantonalen Bevölkerung

Um Wirkungen des Kulturleitbilds und um die Wahrnehmung der Bevölkerung von der Kultur im Kanton zu erfassen, wurde eine Befragung zum Leitbild bei der kantonalen Bevölkerung durchgeführt. Für die Durchführung der Befragung hat Interface mit dem Statistischen Amt des Kantons Basel-Stadt zusammengearbeitet.

Kontaktiert wurden 5'000 volljährige Personen, die seit mindestens einem Jahr⁵ in Basel-Stadt wohnhaft sind.⁶ Die Stichprobe wurde nach Alter, Geschlecht und Staatsangehörigkeit geschichtet sowie gemäss den Rückläufen aus anderen Befragungen des Statistischen Amtes optimiert. Dies bedeutet, dass Personengruppen mit üblicherweise eher schlechtem Rücklauf überproportional häufiger gezogen wurden. Konkret waren dies ausländische Personen in den Altersgruppen zwischen 18 und 29 und über 70 Jahre.

Den Personen wurde von der Abteilung Kultur ein Brief mit dem Zugang zur Online-Befragung und mit der Bitte um eine Teilnahme gesendet. Von den 5'000 Briefen konnten 46 nicht zugestellt werden. Von weiteren zwei Personen wurden per E-Mail Gründe aufgeführt, weshalb sie nicht an der Befragung teilnehmen können (neutrale Ausfälle). Damit reduziert sich Anzahl kontaktierter Personen auf 4'952.

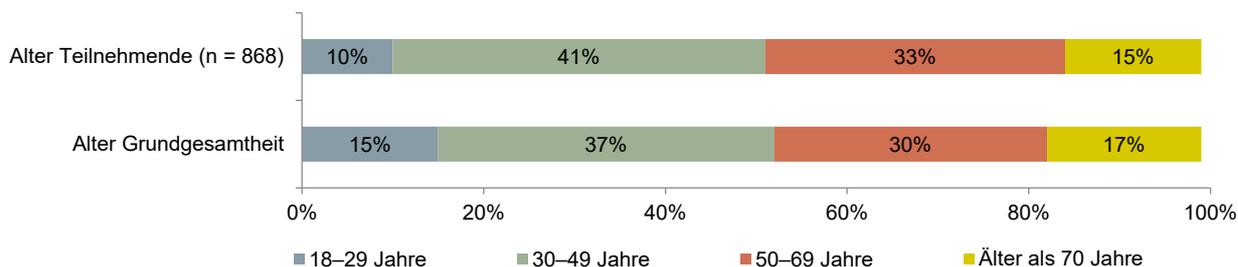
Von allen kontaktierten Personen haben 972 den Fragebogen ausgefüllt (= Teilnehmende). Damit liegt der Rücklauf auf die Befragung bei 19,6 Prozent. 19 Personen (2% der Teilnehmenden) haben die Möglichkeit genutzt, den Fragebogen nicht online, sondern schriftlich auf Papier auszufüllen.

Spezifische Merkmale der Teilnehmenden wurden mit den Merkmalen in der in der Grundgesamtheit abgeglichen. Dabei zeigt sich, dass die Verteilung bezüglich *Geschlecht* der Verteilung in der Grundgesamtheit entspricht. Während 52 Prozent der Bevölkerung weiblich sind, liegt der Anteil der Frauen, die an der Online-Befragung teilgenommen haben, bei 53 Prozent. Auch bezüglich *Altersverteilung* wurden die verschiedenen Altersgruppen der Bevölkerung in der Befragung gut abgedeckt, wie die folgende Darstellung D 1.1 zeigt.

⁵ Stichtag war der 27. Februar 2024.

⁶ Stichprobenziehung aus dem Einwohnerregister am 3. April 2024. Personen ohne Aufenthaltsbewilligung und Personen in Kollektivhaushalten wurden ausgeschlossen.

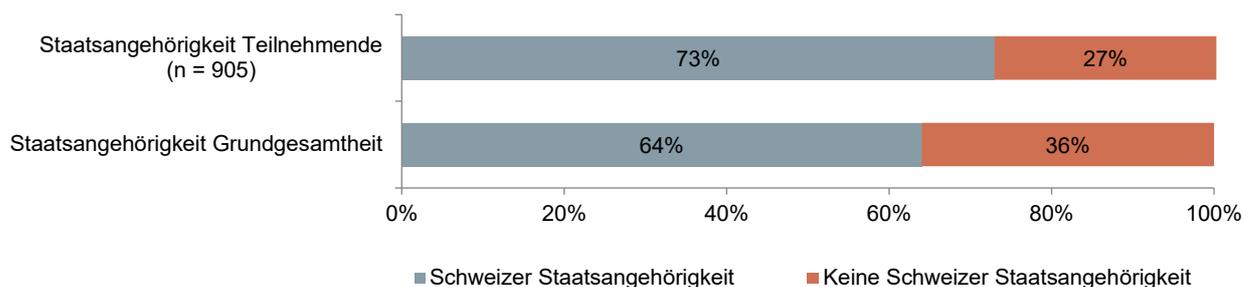
D 1.1: Alter der Befragten



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024 und dem Statistischen Amt des Kantons Basel-Stadt. Legende: Grundgesamtheit sind Personen, die seit mindestens einem Jahr in Basel-Stadt wohnhaft sind, volljährig sind und eine Aufenthaltsbewilligung haben. Personen in Kollektivhaushalten wurden ausgeschlossen (Stichtag 27.02.2024).

Betrachtet man die Staatsangehörigkeit der Befragten, so ergibt sich im Abgleich mit der Grundgesamtheit folgendes Bild:

D 1.2: Staatsangehörigkeit der Befragten

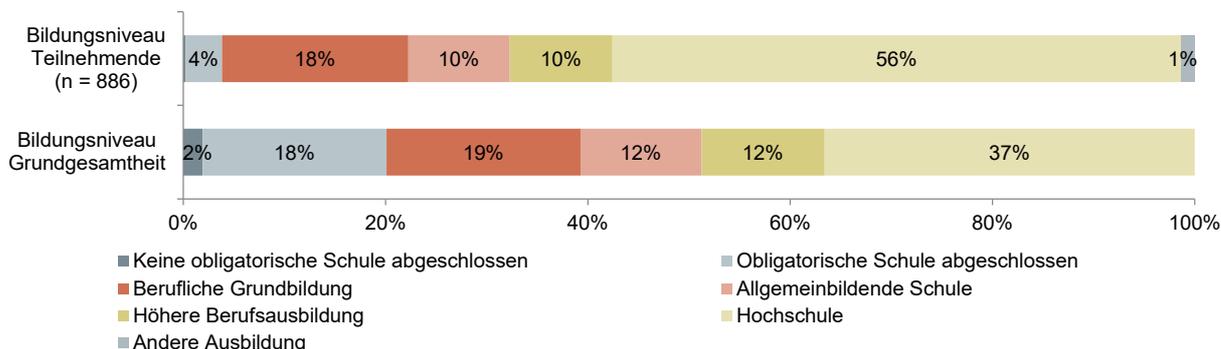


Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024 und dem Statistischen Amt des Kantons Basel-Stadt. Legende: Grundgesamtheit sind Personen, die seit mindestens einem Jahr in Basel-Stadt wohnhaft sind, volljährig sind und eine Aufenthaltsbewilligung haben. Personen in Kollektivhaushalten wurden ausgeschlossen (Stichtag 27.02.2024).

Im Kanton Basel-Stadt haben 36 Prozent der Einwohner/-innen keine Schweizer Staatsangehörigkeit. Bei den Teilnehmenden an der Online-Befragung beträgt dieser Anteil nur 27 Prozent. Die Migrationsbevölkerung ist damit bei den Antworten etwas untervertreten.

Am grössten fallen die Differenzen zwischen Teilnehmenden und Grundgesamtheit bezüglich Ausbildungsniveau aus.

D 1.3: Höchste abgeschlossene Schul- oder Berufsbildung der Befragten



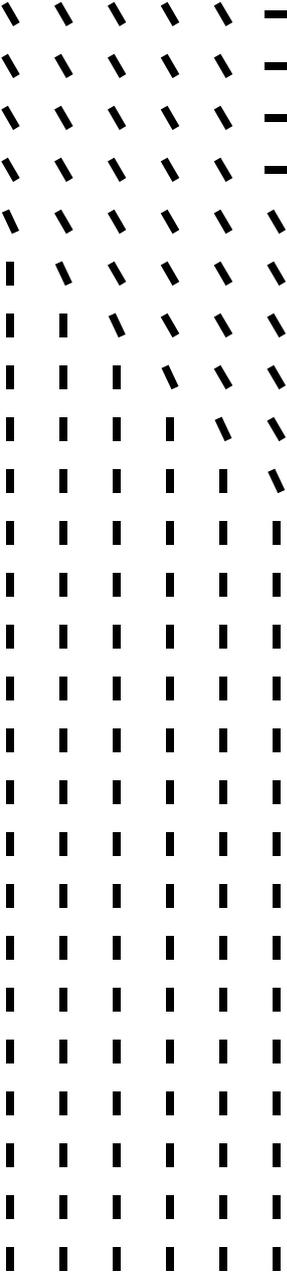
Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024 und dem Statistischen Amt des Kantons Basel-Stadt. Legende: Die Grundgesamtheit umfasst alle Personen der ständigen Wohnbevölkerung am Hauptwohnsitz ab vollendetem 15. Altersjahr, die in Privathaushalten leben, ohne Diplomaten, internationale Funktionäre und deren Angehörige (Stand 2022).

Es zeigt sich eine Verzerrung hin zu Personen mit höheren Bildungsabschlüssen. So lag gemäss dem Statistischen Amt der Anteil der Einwohner/-innen des Kantons mit einem Hochschulabschluss im Jahr 2022 bei 36,6 Prozent.⁷⁷ In der Online-Befragung gaben 56 Prozent an, über einen Abschluss einer Universität oder Fachhochschule zu verfügen. Während Personen mit Abschlüssen in der beruflichen Grundbildung, von allgemeinbildenden Schulen (z.B. Gymnasiale Maturität, Fachmittelschule) und der höheren Berufsbildung durch die Teilnehmenden gut vertreten sind, haben auf der anderen Seite nur wenige Personen an der Befragung teilgenommen, die nach der obligatorischen Schulzeit keinen weiteren Abschluss gemacht haben. In der Interpretation der Antworten weisen wir darauf hin, wenn es signifikante Unterschiede aufgrund des Bildungsstandes, aber auch aufgrund anderer struktureller Variablen (Alter, Geschlecht oder Staatsangehörigkeit) gibt.

1.2 Aufbau Wirkungsbericht

Der Wirkungsbericht ist folgendermassen aufgebaut: Im nächsten Kapitel 2 wird die Bedeutung und Umsetzung des Kulturleitbilds beschrieben und aufgezeigt, inwiefern die Ziele des Kulturleitbilds 2020–2025 bis zum ersten Quartal 2024 erreicht wurden. In Kapitel 3 werden die Wahrnehmung und Reichweite des kulturellen Angebots bei der Bevölkerung und die Kommunikation der Abteilung Kultur gegenüber Kunst- und Kulturschaffenden beurteilt. In Kapitel 4 werden die identifizierten Schnittstellen und Synergien in der kantonalen Verwaltung thematisiert. In Kapitel 5 sind schliesslich Empfehlungen zur Erarbeitung und Umsetzung des Kulturleitbilds 2026–2031 formuliert.

⁷⁷ Statistisches Amt des Kantons Basel-Stadt, Auswertungen zur Strukturhebung (Bundesamt für Statistik): Wohnbevölkerung nach höchster abgeschlossener Ausbildungsart (t15.6.01).



2. Beurteilung der Erreichung der Ziele des Kulturleitbilds

In diesem Kapitel werden die Form und Bedeutung des Kulturleitbilds sowie die Umsetzung der Massnahmen beurteilt. Daraufhin folgt eine Beurteilung der übergeordneten Ziele des Kulturleitbilds 2020–2025.

Der Regierungsrat verfolgt mit dem Kulturleitbild 2020–2025 das Anliegen einer zukunftsgerichteten Weiterentwicklung von Basel als Kulturstadt mit regionaler und nationaler Zentrumsfunktion, hoher Angebotsvielfalt sowie nationaler und internationaler Ausstrahlung und Partnerschaftspotenzial. Er anerkennt die Relevanz des Kunst- und Kulturschaffens und des Kulturangebots für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in einer pluralistischen Gesellschaft und weist ihm eine hohe Relevanz für die Attraktivität der Stadt als Lebensraum, aber auch als Wirtschaftsstandort und im touristischen Sinne zu.⁸

Das Kulturleitbild hat einen Umfang von 46 Seiten (ohne Anhang). In einem ersten Teil werden in der «Ausgangslage» die politischen und rechtlichen Grundlagen der Kulturförderung insgesamt, die Umsetzung des letzten Kulturleitbilds sowie der Erarbeitungsprozess des neuen Kulturleitbilds beschrieben. In einem zweiten Teil folgt die Erläuterung der übergreifenden Ziele des Kulturleitbilds 2020–2025 sowie der Ziele und Massnahmen in den verschiedenen Handlungsfeldern (inkl. spartenübergreifender Massnahmen).

Die folgende Darstellung D 2.1 zeigt eine Übersicht zum Aufbau und zu den Zielen des Kulturleitbilds 2020–2025 auf.

⁸ Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt (2019): Kulturleitbild Basel-Stadt (2020–2025), S. 21.

D 2.1: Übersicht Kulturleitbild 2020–2025

3 übergeordnete Zielsetzungen mit jeweils drei Unterpunkten	1: Basel baut seine hervorragende Position als Kulturstadt aus – Als Museumsstadt hält Basel seine Spitzenposition in Europa – Die Musikstadt Basel verschafft sich Gehör – Die Kulturstadt zeigt sich in ihrer ganzen Exzellenz und Vielfalt		
	2: Basel fördert kulturelle Innovation und richtet sich auf neue Potentiale aus – Die Kulturstadt Basel wächst im Einklang mit der freien Szene – Kulturexperiences dort, wo sich die Menschen aufhalten – Kulturangebote für sich verändernde Bedürfnisse des Publikums		
	3: Fördern auf der Höhe der Zeit – Kultur wird zugänglich für alle – Der Basler Kulturbetrieb steht für Chancengleichheit und Gendergerechtigkeit – Der Basler Kulturbetrieb nutzt die Chancen der Digitalisierung		
12 Handlungsfelder mit 33 Zielen und 61 Massnahmen	Bildende Kunst 2 Ziele, 4 Massnahmen	Festivals 1 Ziel, 2 Massnahmen	Film und Medienkunst 3 Ziele, 6 Massnahmen
	Jugendkultur 2 Ziele, 3 Massnahmen	Kulturbauten und kulturelle Infrastruktur 3 Ziele, 13 Massnahmen	Kulturelles Erbe 1 Ziel, 3 Massnahmen
	Kulturvermittlung 2 Ziele, 2 Massnahmen	Literatur und Bibliotheken 3 Ziele, 5 Massnahmen	Städtebau, Architektur und Baukultur 1 Ziel, 2 Massnahmen
	Museen 10 Ziele, 8 Massnahmen	Musik 2 Ziele, 5 Massnahmen	Performative Künste 3 Ziele, 8 Massnahmen
	Spartenübergreifend 6 Massnahmen		

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf dem Kulturleitbild des Kantons Basel-Stadt.

2.1 Form und Bedeutung des Kulturleitbilds

Das Kulturleitbild dient als Strategie für die Kulturpolitik und zeigt mit mittel- und langfristigen Zielen für alle kulturellen Sparten und Bereiche auf, in welche Richtung sich der Kulturstandort Basel-Stadt in sechs Jahren entwickeln soll. Die Regierung hält im Kulturleitbild fest, dass dieses empfehlenden Charakter hat und keine formelle oder materielle Rechtswirkung entfaltet. Die Ziele und Massnahmen des Kulturleitbilds sind zudem nicht mit den Ausgaben des Kantons verknüpft – die Ausgaben des Kantons erfolgen gemäss den Regelstrukturen im Rahmen des Budgetprozesses. Neben dem Kulturleitbild gibt es die Museumsstrategie (Verabschiedung durch Regierungsrat Basel-Stadt im Dezember 2017), die Ziele für die Weiterentwicklung der kantonalen Museen formuliert. Für die Periode 2026 bis 2031 sollen die Ziele und Massnahmen der Museumsstrategie in das Kulturleitbild integriert werden, damit dieses als strategisches Planungsinstrument für die gesamthafte kulturpolitische Ausrichtung des Kantons dienen kann. Zudem soll das neue Kulturleitbild – im Unterschied zum bisherigen – auf der Basis von messbaren Wirkungsziele (inkl. Definition von Indikatoren und Messungsmethoden) aufgebaut werden. Die retrospektive Beurteilung des Kulturleitbilds 2020–2025 erfolgt somit in Kenntnis, dass diese Beurteilung nicht mit Indikatoren und nicht mit einem Wirkungscontrolling unterlegt ist.

I Beurteilung Bedeutung des Kulturleitbilds aus Sicht der Interviewten

Aus den Interviews wird deutlich, dass das Kulturleitbild als strategisches Steuerungsinstrument insbesondere für die Abteilung Kultur von Bedeutung ist. Hier dient es als

zentrale Grundlage für die Jahresplanung. Das auf den Zielen im Leitbild aufbauende Massnahmencontrolling wird halbjährlich überprüft und aktualisiert. Einmal im Jahr berichtet die Abteilung Kultur der Politik (Grosser Rat, Bildungs- und Kulturkommission) über den Stand der Umsetzung des Kulturleitbilds.

Bei weiteren Stellen der kantonalen Verwaltung (z.B. Swisslos-Fonds, Denkmalpflege) ist das Kulturleitbild zwar bekannt, es hat aber keine Bedeutung für die Planung der eigenen Tätigkeiten. Für die durch den Kanton mit Betriebsbeiträgen geförderten, privaten Institutionen spielt das Leitbild insofern eine Rolle, als dass einzelne Themen und Ziele daraus in die jeweiligen Subventionsverträge und Leistungsvereinbarungen einfließen. Dasselbe ist bezüglich der Ausrichtung der Dienststellen der Abteilung Kultur zu erkennen. Bei Kultur- und Kunstschaaffenden ausserhalb der Verwaltung sind das Kulturleitbild und dessen Inhalte gemäss den geführten Interviews wenig bekannt. Jedoch zeigen verschiedene Beispiele (Trinkgeld-Initiative, Initiative für mehr Musikvielfalt, Initiative zum Erhalt des Musical Theaters Basel), dass das Kulturleitbild durchaus auch von Externen für die Stützung der jeweiligen Anliegen genutzt wird.

I Beurteilung Inhalt und Form des Kulturleitbilds aus Sicht der Interviewten

Aus Sicht der Interviewten ist das Kulturleitbild sehr breit und deckt alle relevanten kantonalen Kulturbereiche und Sparten ab. Die Breite und auch das Abbilden von aktuellen kulturpolitischen Themen (wie Inklusion, Diversität) wird von mehreren Interviewten positiv beurteilt. Mehrfach wird jedoch die Meinung geäussert, dass das Leitbild, um als Strategie für die Entwicklung der Kulturpolitik dienen zu können, zu wenig fokussiert sei. Es enthalte zu viele und zu wenig präzise Zielsetzungen. Die strategischen Schwerpunkte seien zudem aufgrund des umfangreichen, teilweise doppelspurigen Inhalts (übergeordnet, nach Sparten geordnete Handlungsfelder) nicht auf einen Blick identifizierbar.

Als generelle Herausforderung für die Form eines solchen Kulturleitbilds wird von den Interviewten gesehen, dass in der Periode von sechs Jahren neue Themen hinzukommen, die im Kulturleitbild nicht abgedeckt sind, aber für die Entwicklung der Kulturpolitik eine grosse Bedeutung haben können. Beispiele sind die Lancierung beziehungsweise Umsetzung der Trinkgeld-Initiative und die Massnahmen zur Abfederung der Folgen der Corona-Pandemie auf den Kultursektor.

I Kritische Aspekte

Aus unserer Sicht ist auf einige kritische Aspekte bezüglich des aktuellen Leitbilds hinzuweisen. Die meisten dieser Aspekte wurden auch von der Abteilung Kultur erkannt und haben (auch vor dem Hintergrund der Betriebsanalyse zur Abteilung Kultur⁹) den Ausschlag dazu gegeben, einen Wirkungsbericht und eine Unterstützung beim Aufbau eines Indikatorensets für ein Wirkungscontrolling in Auftrag zu geben. So dient das Kulturleitbild zwar als nützliche und detaillierte Gesamtschau der Basler Kulturpolitik sowie als Grundlage für die interne Jahresplanung der Abteilung Kultur. In der jetzigen Form ist es aufgrund seiner Breite und Komplexität jedoch wenig geeignet, um es als strategisches Instrument in der Kommunikation – sowohl innerhalb als auch ausserhalb der Verwaltung bei anderen Dienststellen – zu nutzen. Zudem fehlt es an einer Verknüpfung der drei übergreifenden und neun Unterzielen mit den spartenspezifischen Zielen und Massnahmen in den Handlungsfeldern. Es wird nicht auf einen Blick ersichtlich, welches die strategischen Ziele für die nächsten sechs Jahre sind und welches die zentralen Massnahmen, die einen Beitrag zu diesen Zielen leisten. Weiter ist es als Schwäche zu betrachten, dass keine smarten Wirkungsziele (spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden)

⁹ Betriebsanalyse Abteilung Kultur Basel-Stadt (Zusammenfassender Bericht vom März 2023).

formuliert und keine Indikatoren definiert wurden, mit welchen die Zielerreichung überprüft werden kann.

2.2 Umsetzung der Massnahmen

Die Abteilung Kultur führt ein Massnahmencontrolling, das halbjährlich aktualisiert wird. Darin ist unter anderem ersichtlich, wie der Status der Umsetzung der einzelnen Massnahmen ist. Eine Auflistung von zentralen Massnahmen (Auswahl durch Evaluationsteam) mit Informationen zu ihrer Umsetzung und Zuordnung zu den jeweiligen Zielen des Kulturleitbilds findet sich in Darstellung DA 3 im Anhang. Die Massnahmen wurden gemäss Angaben der Abteilung Kultur zu Beginn der Umsetzungsperiode priorisiert, diese Priorisierung wurde aber nicht systematisch weitergeführt beziehungsweise nicht aktualisiert. Zudem wurden in den Jahren 2020 bis 2022 bedingt durch die Corona-Pandemie einige der Massnahmen zurückgestellt. Bezüglich der Umsetzung der geplanten Massnahmen ist auch auf die Betriebsanalyse zur Abteilung Kultur aus dem Jahr 2023 hinzuweisen, die zum Schluss kommt, dass der Arbeitsaufwand der Abteilung Kultur stärker angestiegen ist als die Personal-Ressourcen.

Im Massnahmencontrolling wird aufgezeigt, inwiefern die Massnahmen umgesetzt wurden. Es ist dabei jedoch nicht ausgeführt, inwiefern die Massnahmen die beabsichtigten Ergebnisse erzielt haben und die Ziele des Kulturleitbilds erreicht worden sind. Die Zuordnung der Massnahmen zu den jeweiligen Unterzielen im Kulturleitbild ist aus Sicht von Interface in einzelnen Fällen zudem nicht gänzlich nachvollziehbar.¹⁰

Die Abteilung Kultur nutzt verschiedene Instrumente, um Erkenntnisse zu den Ergebnissen bei der Umsetzung der Massnahmen zu erhalten. Hierzu gehören die Betriebsanalysen¹¹, die Evaluationen von Fördergefässen¹² und Mitwirkungsveranstaltungen.

Das Massnahmencontrolling (Stand Februar 2024) zeichnet ein positives Bild zur Umsetzung. Die Mehrheit der Massnahmen wird wie geplant umgesetzt und nur wenige Massnahmen konnten gar nicht oder nur mit Verspätung umgesetzt werden. Da das Kulturleitbild bis 2025 läuft, ist davon auszugehen, dass die Umsetzung in den Jahren 2024 und 2025 noch weiter voranschreiten wird. Insgesamt wurde die Umsetzung von 57 Massnahmen bewertet:

- bei 39 Massnahmen (68%) läuft die Umsetzung gut und termingerecht;
- bei 14 Massnahmen (25%) läuft die Umsetzung nicht schlecht, jedoch kommt es zu Verspätungen (vermutlich kein Abschluss zu erwarten bis 2025);
- bei 4 Massnahmen (7%) läuft die Umsetzung schlecht.

¹⁰ Beispielsweise leistet die Massnahme «Schaffen neuer Grundlagen und Strukturen für Kunst im öffentlichen Raum und Kunst und Bau (Kunst im Stadtraum)» gemäss Controlling einen Beitrag zu Unterziel d «Verbesserung Rahmenbedingungen nicht-institutionelle Kulturszene», jedoch nicht zu Ziel e «Verstärkung Kunst und Kultur im Stadtraum».

¹¹ Für die Erstellung des Wirkungsberichtes lagen folgende Betriebsanalysen vor (untersuchte Organisation und Jahr der Analyse): Abteilung Kultur (2023); Historisches Museum Basel (2019); Museum der Kulturen (2019); Naturhistorisches Museum (2021); Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig (2021).

¹² Für die Erstellung des Wirkungsberichts lagen folgende Evaluationen/Befragungen vor (Fördergefäss/Prozesse und Jahr der Evaluation/Befragung): Evaluation Förderbereich Film und Medienkunst (2022); Evaluation Orchesterförderung (2021); Evaluation Förderbereiche Tanz und Theater (2020); Evaluation Prozess Kultur divers gestalten (2024); Befragung zur Jazzförderung (2023).

Die im Massnahmencontrolling aufgeführten Gründe für die verspätete oder nicht erfolgte Umsetzung von Massnahmen sind unterschiedlich.

Insbesondere die Zunahme der Arbeitsbelastung für die Abteilung Kultur (aufgrund von nicht vorhergesehenen Aufgaben durch die Corona-Pandemie oder die Umsetzung der Trinkgeld-Initiative; aufgrund steigender Gesuchszahlen) hat sich negativ auf die Umsetzung ausgewirkt. Mehrfach aufgeführt wird im Controlling zudem, dass der Wechsel des Vorstehers des Präsidialdepartements zu Pausierungen von Arbeiten oder zu Verzögerungen von Entscheidungen geführt hat. So gab es seit 2020 mehrere politische Vorsteher/-innen¹³, was die Kontinuität und Umsetzung strategischer langfristiger Themen erschwerte, auch weil sich Prioritäten auf politischer Ebene verändert haben.

Viele der Verspätungen betreffen zudem Massnahmen im Bereich kultureller Infrastruktur und Bauprojekte, wie die Sanierung des Kunstmuseums Basel oder der Neubau Naturhistorisches Museum Basel. Eine Massnahme, die nicht wie geplant umgesetzt beziehungsweise verschoben wurde, ist die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie für Dienststellen der Abteilung Kultur. Der Grund dafür war, dass die Regierung Entscheidungen über Einzelstrategien bis zum Vorliegen und bis zur Implementierung einer gesamt kantonalen Digitalisierungsstrategie sistiert hatte.¹⁴ Die Erarbeitung eines Festivalkonzepts und von Förderkriterien für Festivals, ist, insbesondere aufgrund der Pandemie, noch nicht so weit fortgeschritten, wie sich dies die Abteilung Kultur erhofft hatte – die Ausarbeitung ist hier für 2024 geplant. Analysiert man die Umsetzung der Massnahmen pro Ziel, wird deutlich, dass für das Ziel *Die Kulturstadt Basel wächst im Einklang mit der freien Szene* mit Abstand am meisten Massnahmen umgesetzt wurden, gefolgt vom Ziel *Als Museumsstadt hält Basel seine Spitzenposition in Europa*.

2.3 Beurteilung der Zielerreichung

Im vorliegenden Wirkungsbericht soll eine retrospektive Beurteilung der Zielerreichung vorgenommen werden. Da dem Kanton kein Wirkungscontrolling zur Verfügung steht, wird diese Beurteilung deskriptiv und auf der Grundlage vorhandener Daten und Dokumenten sowie aufgrund der Einschätzung der interviewten Stakeholder und der befragten Bevölkerung vorgenommen. Es ist darauf hinzuweisen, dass nicht nur die Umsetzung der geplanten Massnahmen, sondern auch andere Faktoren dazu beitragen können, übergeordnete Ziele zu erreichen. Gleichzeitig kann es auch sein, dass ein Ziel nicht vollständig erreicht wurde, obwohl alle dazu geplanten Massnahmen umgesetzt wurden. Wichtig ist zudem, dass die Erhebungen Anfang 2024 erfolgt sind, also noch fast zwei Jahre vor Abschluss der Periode, für die das Kulturleitbild gültig ist. Damit sind Entwicklungen, die im Laufe des Jahres 2024 geschehen sind (wie der Entscheid für die Austragung des Eurovision Song Contest 2025 in Basel), nicht in die Beurteilung eingeflossen.

2.3.1 Übergeordnetes Ziel 1: Basel baut seine hervorragende Position als Kulturstadt aus

Das erste übergeordnete Ziel des Leitbildes sieht einen Ausbau der Position Basels als *Kulturstadt* vor. Dies vor dem Hintergrund der sich verschärfenden internationalen Konkurrenz und den Herausforderungen, die sich insbesondere in den Bereichen *Musik* und *Museen* mit gewachsenen Strukturen und Traditionen für die zeitgemässe Weiterentwicklung ergeben. Zum Ausbau der Position als Kulturstadt gehört für den Kanton dabei auch die übergeordnete Kulturkommunikation, welche die Vielfalt des Angebots gebündelt

¹³ 2017 bis 2020 Elisabeth Ackermann, 2021 bis Mitte Dezember 2023 Beat Jans, Mitte Dezember 2023 bis Ende April 2024 Lukas Engelberger ad interim, seit 1. Mai 2024 Conradin Cramer.

¹⁴ Die Digitalisierungsstrategie des Kantons wurde 2022 erarbeitet und im Frühjahr 2023 veröffentlicht. Vgl. <https://digital-basel.ch/>, Zugriff am 19.8.2024.

einem diversen Publikum erschliessen soll. Schliesslich sollte auch die Kulturfinanzierung gesichert werden, insbesondere durch das Aufsetzen eines neuen Kulturvertrags mit dem Kanton Basel-Landschaft.¹⁵

Neben den Aktivitäten der Abteilung Kultur werden wichtige Aufgaben, um Basel als Kulturstadt zu positionieren, von Basel Tourismus und der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing und Aussenbeziehungen übernommen. So werden in der Marketing-Strategie von Basel Tourismus 2021–2024 erstens die Dichte und Qualität der Museen, insbesondere im Bereich der *zeitgenössischen Kunst*, und zweitens die *Architektur* als strategische Erfolgspositionen aufgeführt und entsprechend auch für die Umsetzung des Tourismusmarketings genutzt. Kunst und Architektur gelten dabei als Unique Selling Propositions (USP) von Basel, die hervorgehoben werden sollen, um das Image zu stärken.¹⁶ Die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing verfolgt mit ihren Aktivitäten das Ziel, Basel unter anderem als internationalen Veranstaltungsort und als Kulturhauptstadt der Schweiz zu positionieren. Das Attribut «Kulturhauptstadt der Schweiz» wird unter anderem mit der schweizweit höchsten Museumsdichte, dem mehrfach preisgekrönten Theater Basel, mit international renommierten Orchestern, einer breiten und lebendigen aktuellen Musikszene von Rock über Techno bis Hip-Hop, mit einer Weltklasse-Architektur und der Art Basel begründet.¹⁷

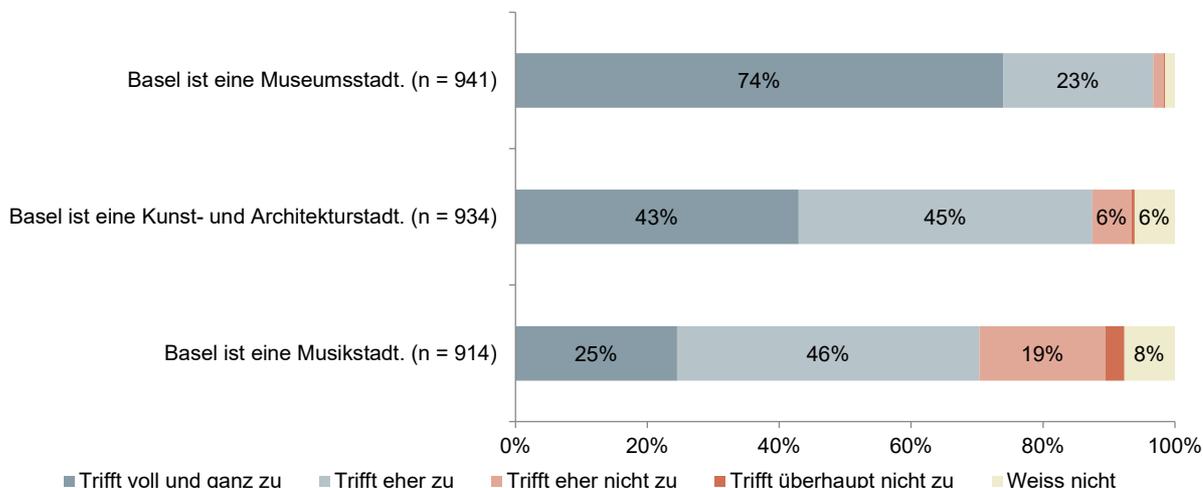
Die folgende Darstellung D.2.2 zeigt die Einschätzung der online Befragten zur Positionierung Basels.

¹⁵ Seit 1. Januar 2022 regelt ein neuer Kulturvertrag die Abgeltung des Kantons Basel-Landschaft an den Kanton Basel-Stadt für Zentrumsleistungen im kulturellen Bereich. Betroffen waren 17 Kulturinstitutionen (Basel Sinfonietta, Basler Madrigalisten, Bird's Eye Jazz Club, Ensemble Phoenix, Kammerorchester Basel, RFV Basel, Stiftung Sinfonieorchester Basel, Basler Marionettentheater, Gare du Nord, HeK Haus der elektronischen Künste, Junges Theater Basel, Kaserne Basel, Kulturbüro Basel, Stadtkino Basel, Theater Basel, Vorstadttheater, Stiftung Basler Papiermühle).

¹⁶ Die Marke «This is Basel» von Basel Tourismus ist dabei explizit auf die Zielgruppe der expeditiven Millennials ausgerichtet. Es wird das Ziel verfolgt, dass Basel noch stärker den Nimbus eines Geheimtipps als Städtedestination erlangt.

¹⁷ Vgl. <https://www.bs.ch/Portrait/Kultur.html>, Zugriff am 19.8.2024.

D 2.2: Wahrnehmung Basels als Museumsstadt, Kunst- und Architekturstadt sowie Musikstadt



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zutreffend sind.

Die Befragung zeigt, dass insbesondere die Wahrnehmung Basels als Museumsstadt bei der kantonalen Bevölkerung stark verankert ist. Während ebenfalls eine deutliche Mehrheit der Befragten auch der Ansicht ist, dass Basel eine Kunst- und Architekturstadt ist, fallen die Ergebnisse bezüglich Musikstadt weniger eindeutig aus. Zwar äussert sich auch hier eine Mehrheit von 71 Prozent positiv, 22 Prozent der Befragten im Kanton sind jedoch der Ansicht, dass die Bezeichnung «Musikstadt» für Basel (eher) nicht zutrifft. Unterschiede zeigen sich bezüglich Alter der Befragten und der Wahrnehmung von «Basel als Musikstadt»: Während knapp drei Viertel der über 50-Jährigen Basel als Musikstadt wahrnehmen, ist dieser Anteil bei den Jüngeren kleiner – bei den unter 30-Jährigen stimmt nur noch etwa die Hälfte der Aussage, dass Basel eine Musikstadt ist, zu beziehungsweise eher zu.

Die Interviewten sind der Ansicht, dass sich Basel als Kulturstadt grundsätzlich erfolgreich positioniert. Dabei wird mehrmals erwähnt, welchen grossen Anteil die Art Basel daran hat, dass Basel auch international bekannt ist. Hier wird anerkannt, dass Aktivitäten für die Stabilisierung des Standorts Basel für die Kunstmesse unternommen wurden, es wurde aber auch gesagt, dass die Art Basel noch stärker dafür genutzt werden sollte, um sich als Kulturstadt zu präsentieren. Einige Befragte sind der Ansicht, dass bei der Vermarktung Basels bezüglich Kultur das Potenzial noch besser genutzt werden könnte (siehe dazu auch Erläuterungen zum Synergiepotenzial im Bereich Kommunikation und Vermarktung in Abschnitt 4.2).

In einem Ranking-Report von 2023¹⁸ zeigt die Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing auf, wie sich Basel anhand ausgewählter Standort-Rankings im internationalen Vergleich behauptet. Zwar fällt dies für Basel insgesamt erfreulich aus, es wird jedoch im Ranking-Report konstatiert, dass das Thema Kultur und die damit verbundene

¹⁸ Kanton Basel-Stadt (2023): Put Basel on the map – Ranking-Report 2023. Bericht des Präsidialdepartements, Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing. Basel.

ausserordentliche Standortqualität in den internationalen Rankings leider nur bedingt zum Tragen kommt.¹⁹

Die Beurteilung der drei Unterziele (a, b, c) des ersten übergeordneten Ziels aus dem Kulturleitbild fällt wie folgt aus:

I a. Als Museumsstadt hält Basel seine Spitzenposition in Europa

Das Kulturleitbild betont die hohe Bedeutung der Basler Museen. Die Museumsstadt zeichnet sich gemäss Museumsstrategie durch die ausserordentlich hohe Museumsdichte und die grosse inhaltliche Vielfalt im Vergleich mit Stadtregionen ähnlicher Grösse aus. Die Basler Museumslandschaft soll dabei laut Kulturleitbild so profiliert werden, dass Basel unter den Museumsstädten Europas auch in Zukunft eine Spitzenposition einnimmt.

Gemäss der Besucherstatistik des Kantons zählten die Museen im Kanton Basel-Stadt im Jahr 2023 rund 1,42 Mio. Eintritte. Die mit Abstand grösste Anziehungskraft haben dabei die Fondation Beyeler und das Kunstmuseum Basel mit je rund 310'000 Besucher/-innen. Während die Anzahl der Eintritte aufgrund der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 unter einer Million lag, konnte 2023 beinahe wieder das Vor-Corona-Niveau von 1,44 Mio. Eintritten erreicht werden. Auch die Online-Angebote der Museen finden Anklang – beispielsweise konnte das Kunstmuseum 2022 1,7 Mio. Website-Besuche zählen und errechnet eine Social-Media-Reichweite von 9,74 Mio. (Personen, die einen Beitrag in ihrem Feed gesehen haben).²⁰ Schliesslich konnte im Januar 2023 ein Rekord bei der Besucherzahl bei der Museumsnacht (132'500 Eintritte respektive rund 38'000 Besucher/-innen) erzielt werden.²¹

Die Bedeutung der Basler Museen zeigt sich auch im schweizweiten Vergleich: So wurden 2019²² in der ganzen Schweiz 14,13 Mio. Eintritte in Museen gezählt (1,65 Eintritte pro Einwohner/-in) – mit 1,44 Mio. Eintritten im Kanton Basel-Stadt lassen sich für dieses Jahr 7,4 Eintritte pro Einwohner/-in errechnen.

Aus Sicht der kantonalen Bevölkerung ist Basel klar eine Museumsstadt (siehe Ergebnisse der Befragung zum Kulturleitbild in Darstellung D 2.2). Die Befragungsergebnisse zeigen zudem, dass die Museen von vielen Personen besucht werden – beispielsweise waren nur rund 10 Prozent der Befragten noch nie im Kunstmuseum und 97 Prozent haben schon einmal von der Museumsnacht gehört (siehe Kapitel 3).

Die Interviewpartner/-innen beurteilen die Zielerreichung ebenfalls mehrheitlich positiv. Die verschiedenen Akteure beim Kanton seien sich bewusst, dass die Museen Leuchttürme sind, und würden dies auch erfolgreich kommunizieren. Das Gewicht bezüglich Spitzenposition liege dabei klar im Bereich der Kunst. In der Kommunikation gebe es teilweise ein Spannungsverhältnis bezüglich einer Fokussierung auf wenige grosse Museen und der Vermittlung der Vielfalt von Museen. Durch die Umsetzung der Museumsstrategie und die Betriebsanalysen hätten die Museen, die als Dienststellen des Kantons tätig sind, stabilisiert werden können. Auch sei die Vernetzung der Museen untereinander verstärkt worden. Die Interviewpartner/-innen erkennen zudem an, dass sich die

¹⁹ Kanton Basel-Stadt (2023): Put Basel on the map – Ranking-Report 2023. Bericht des Präsidialdepartements, Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing. Basel. S. 7.

²⁰ Kunstmuseum Basel (2023): Jahresbericht 2022.

²¹ Statistisches Amt Basel-Stadt (2024): Besucherzahlen und abgesetzte Tickets der Museumsnacht Basel seit 2001 (t16.1.04).

²² Bundesamt für Statistik: schweizerische Museumsstatistik. Besuche und Kulturvermittlung 2025–2021 (je-d-16.02.03.03).

Governance im Kanton mit der Umsetzung der Museumsstrategie verbessert hat. Weiter würden auch die Aktivitäten zur Provenienzforschung (Basel-Stadt ist der erste Kanton, der die Provenienzforschung gesetzlich verankert hat²³) und digitalen Erschliessung von Sammlungsbeständen über die Websites der Museen zur Weiterentwicklung der Museen und damit auch zu ihrer Ausstrahlung beitragen. Die Bau- und Sanierungsprojekte des Kantons und der Neubau der Fondation Beyeler würden schliesslich einen Beitrag dazu leisten, dass Basel den Anschluss an andere europäische Museumsstädte nicht verliert. Verschiedentlich wird zudem die Bedeutung des Mäzenatentums auch für die Museen in Basel erwähnt, welches zentral dafür sei, dass Basler Museen eine Spitzenposition in Europa einnehmen und dem weiterhin eine hohe Wertschätzung entgegengebracht werden sollte.

I b. Die Musikstadt Basel verschafft sich Gehör

Im Kulturleitbild wird auf das bisher nicht ausgeschöpfte Potenzial Basels als nationale und internationale Musikstadt hingewiesen. Dies soll insbesondere durch die Konzentration und Sichtbarmachung der Qualität der vielfältigen Angebote verbessert werden. Zudem soll das historisch gewachsene Ungleichgewicht der Musikgenres in der Förderung einer Überprüfung unterzogen werden.

Bei der Umsetzung der Massnahmen, die gemäss Massnahmencontrolling einen Beitrag zu diesem Ziel leisten, wurde einiges erreicht. Mit der Erneuerung der Kulturpartnerschaft mit dem Kanton Basel-Landschaft per 2022 wurde eine Förderung improvisierter Musik und Jazz etabliert, die es vorher nicht gab.²⁴ Zudem hat das Parlament die Mittel für die Orchesterförderung aufgestockt und damit die Orchester stabilisiert. Die Orchesterförderung wurde evaluiert und weiterentwickelt.²⁵ Ebenfalls wurden Netzwerkanlässe und Workshops mit Musikschaffenden zu Themen wie Diversität und Festivallandschaft durchgeführt sowie verschiedene Infrastrukturprojekte (z.B. die Wiedereröffnung des Stadtcasinos nach Umbauphase als Zentrum für klassische Musik) und die Inbetriebnahme von Proberäumen und Konzertlokalen vorangetrieben. Die Umsetzung anderer Massnahmen, wie die Erarbeitung eines Festivalkonzepts und von Förderkriterien sowie die Prüfung eines Festivalkalenders, mussten jedoch Corona-bedingt verschoben werden. Auch die kurzfristig angesetzte Massnahme «Musikjahr 2020»²⁶, mit welcher der Kanton Basel-Stadt die Musikstadt Basel als Marke in der Öffentlichkeit positionieren wollte, konnte aufgrund der Corona-Pandemie nicht umgesetzt werden. Diverse Live-Veranstaltungen wurden abgesagt und die neu lancierte Musikplattform musik.bs wurde weniger stark bewirtschaftet als geplant. Der politische Auftrag aus der Volksabstimmung zur Trinkgeld-Initiative wurde dazu genutzt, zentrale Massnahmen im Hinblick auf die Verstärkung der

²³ Vgl. <https://www.kultur.bs.ch/nm/2023-die-kantonalen-museen-packen-die-provenienzforschung-an-pd.html>; Zugriff am 19.8.2024.

²⁴ Die 2022 initiierten Pilot-Ausschreibungen für die Vergabe von Förderbeiträgen in den Bereichen Jazz und improvisierte Musik wurden durch ein externes Büro begleitend evaluiert, siehe econcept (2023): Befragung zur Jazzförderung in den Kantonen Basel-Landschaft und Basel-Stadt: Ergebnispräsentation; PowerPoint-Präsentation vom 30.05.2023 und 20.11.2023.

²⁵ Das Fördermodell wurde von den Evaluatoren/-innen grundsätzlich positiv bewertet, wobei auch Optimierungspotenzial festgestellt wurde (z.B. bei der Formulierung der Förderziele und -kriterien sowie der Bemessung der Förderbeiträge), siehe Integrated Consulting Group (2021): Evaluation Orchesterförderung, PowerPoint-Präsentation vom 16.06.2021.

²⁶ Das «Musikjahr» war eine kurzfristig angesetzte Massnahme im Bereich Musik, da man das Momentum von mehreren anstehenden Jubiläen und Festivals im Kontext der Wiedereröffnung des Stadtcasinos nutzen wollte – daher ist die Massnahmen nicht Teil des Kulturleitbilds.

Musikförderung der freien Szene und diversen Genres umzusetzen, die im Kulturleitbild bereits angesprochen waren.

Ein Hinweis, dass das Ziel erreicht wurde, wäre, wenn Basel-Stadt kantonal, überregional beziehungsweise schweizweit und sogar international als Musikstadt wahrgenommen würde. Gemäss den Ergebnissen der Online-Befragung zum Kulturleitbild wird Basel-Stadt von rund 70 Prozent der Befragten als Musikstadt wahrgenommen (siehe dazu Abschnitt 2.3.1 und Darstellung D 2.2). Zudem weisen die Ergebnisse der Befragung auf die grosse Bedeutung hin, die die Musikfestivals für die Bevölkerung haben (siehe dazu auch Darstellung D 3.4). Die Befragung macht aber auch deutlich, dass eine grössere Mehrheit der Befragten Basel-Stadt als Museums- oder Kunst- und Architekturstadt wahrnimmt, denn als Musikstadt. Gerade bei der jüngeren Bevölkerung unter 30 Jahren nimmt nur noch etwa die Hälfte der Befragten Basel-Stadt als Musikstadt wahr. Informationen dazu, inwiefern Basel von der Bevölkerung ausserhalb des Kantons als Musikstadt wahrgenommen wird, liegen uns für die Zielbeurteilung nicht vor.

Aus Sicht der Interviewten ist das Ziel, sich als Musikstadt besser zu positionieren, insgesamt nicht erreicht worden. In den Interviews wird bestätigt, dass Basel-Stadt im Bereich Musik über ein eindrückliches, vielfältiges und qualitativ hochstehendes kulturelles Angebot sowie über renommierte Konzertsäle und Institutionen im Bereich der Ausbildung und Forschung verfüge. Eine Besonderheit in Basel-Stadt sei, dass die Musikszene im Vergleich zu anderen Städten sehr jung, dynamisch und innovationsfreudig sei. Zudem wird mehrfach auf die vielfältige Festivallandschaft im Bereich Musik hingewiesen. Gelobt werden in diesem Zusammenhang insbesondere die Vielfalt, die gute Atmosphäre und die hohe Qualität der dargebotenen Musik. Auch bestätigen die Interviewten, dass die Umsetzung der Trinkgeld-Initiative dazu beitrug, die Bedingungen für das freie Musizieren im Kanton Basel-Stadt zu verbessern, Basel im Bereich der Clubkultur zu positionieren und dem historisch gewachsenen Ungleichgewicht der Genres entgegenzuwirken (siehe Abschnitt 2.3.2). Die meisten Interviewten sind sich jedoch einig dahingehend, dass Basel national und international nicht als Musikstadt wahrgenommen wird. Während Kulturinteressierte aus der ganzen Schweiz und dem Ausland für die Museen nach Basel kommen, sei dies für die Musik nicht der Fall. Auch wenn es beim strategischen Ziel primär um die Aussenwirkung von Basel-Stadt gehe, würden durch den Slogan «Musikstadt Basel» Erwartungen und Bedürfnisse der lokalen Musikschaaffenden geweckt, die nicht befriedigt werden können.

Einige Interviewte stellen grundsätzlich in Frage, ob Basel von aussen überhaupt als Musikstadt wahrgenommen werden muss und ob dieses Ziel in Zukunft weiterverfolgt werden sollte. Ein noch nicht vollständig ausgeschöpftes Potenzial für die Zukunft sehen viele in der freien, nicht-institutionellen Musikszene sowie im Bereich Club-/Nachtkultur, die eine überregionale und internationale Ausstrahlung habe. Die Umsetzung der Clubförderung wird als einmalige Chance für Basel gesehen, sich national und international zu positionieren.

Als Gründe für die eher negative Beurteilung der Zielerreichung werden in den Interviews folgende Punkte genannt:

- *Fehlen einer Vision und Intendanz im Musikbereich:* Viele der Interviewten äussern die Meinung, dass es im Musikbereich an einer klaren Vision in der kantonalen Förderung sowie bei den einzelnen Institutionen und Veranstaltern fehlt. Es werde im Leitbild und der Kommunikation nicht klar, was mit «Musikstadt» überhaupt gemeint sei – wo hebt sich Basel im Vergleich zu anderen Städten ab? Zudem fehle es im Bereich Musik an einer oder mehreren Intendanzen, die als Referenzpersonen die

Expertise und Exzellenz sicherstellen. Zürich und Luzern als direkte Konkurrenz würden beispielsweise sehr viel stärker intendantisch geprägte Konzerthäuser kennen. Das Stadtcasino Basel hingegen sei nicht kuratiert.

- *Viele, sich konkurrenzierende Nischenangebote, keine Publikumsmagnete:* Zwar gebe es zahlreiche, qualitativ hochstehende Orchester und Ensembles sowie Musikfestivals, die in ihren Sparten und Nischen bedeutend sind. Allerdings fehle es an eindeutigen Publikumsmagneten und national sowie international bekannten Aushängeschildern im Bereich von Musikveranstaltungen und -festivals, beispielsweise analog zur Street Parade in Zürich oder zum Montreux Jazz Festival. Mehrere Interviewte weisen zudem auf ein Überangebot im Konzertbereich in allen Musiksparten hin (z.B. im Bereich der Gratiskonzerte), was zu einer gegenseitigen Konkurrenz beim Engagement von Musikern/-innen, bei der Sponsorensuche und auch beim Publikum führe.²⁷
- *Keine Schwerpunktsetzung in der Kommunikation:* Die vorhandene Vielfalt in Basel lasse sich nur schwer kommunizieren, so die Feststellung. Bei der Kommunikation des Musikangebots fehle es an einer klaren Prioritätensetzung und an Aushängeschildern, um die Aufmerksamkeit zu bündeln und Synergieeffekte mit dem Tourismus und der Standortförderung besser zu nutzen. Andere Städte wie Zürich würden im Vergleich zu Basel in der Kommunikation als Musikstadt viel stärker und selbstbewusster auftreten und ihre Aushängeschilder, beispielsweise die Street Parade und die Tonhalle, besser nach aussen tragen.
- *Schwierige Konkurrenzsituation bei grossen, kommerziellen Musikveranstaltungen mit Städten wie Zürich, Luzern und Stuttgart:* Immer wieder wird auf die schwierige Konkurrenzsituation mit anderen Städten aufmerksam gemacht. Zürich oder Stuttgart hätten beispielsweise ein viel grösseres Einzugsgebiet, erreiche eine grössere Masse an Publikum. In Basel sei das Einzugsgebiet sehr begrenzt, auch aufgrund der nahen Ländergrenze und den Schweizer Ticketpreise. Im Vergleich zu Städten wie Zürich und Luzern seien die Veranstaltungsorte in Basel weniger dafür geeignet, um grössere Musikveranstaltungen durchzuführen.

Mehrere der Interviewten wünschen sich im Bereich der Musikförderung mehr Prioritätensetzung im Sinne einer stärker nachfrageorientierten Förderung – beispielsweise, indem weniger Ensembles oder Festivals gefördert beziehungsweise bestehende Förderungen sistiert werden, wenn das Publikum fehlt. Die Ausarbeitung eines Festivalkonzepts und von Förderkriterien ist gemäss dem Massnahmencontrolling für das Jahr 2024 geplant. Aus Sicht einiger Interviewten sollte zudem geprüft werden, inwiefern das Potenzial bestehender Institutionen und Initiativen mit überregionaler und internationaler Ausstrahlung noch weiter ausgeschöpft und als Aushängeschild der Musikstadt Basel präsentiert werden könnten. In den Interviews wird weiter darauf hingewiesen, dass im Bereich Musik Kulturproduktion und Kreativwirtschaft eng verflochten sind. Diesem Umstand könnte aus Sicht der Interviewten bei der Förderung mehr Beachtung geschenkt werden. Zudem wird in den Interviews mehrfach das Bedürfnis nach einer besseren Abstimmung und nach einer engeren Zusammenarbeit bei der Musikförderung zwischen dem Kanton und privaten Förderern geäussert, beispielsweise bei der Nutzung des Netzwerkes privater Förderer zur besseren Vernetzung internationaler Musikschaffenden mit regionalen Musikschaffenden und Kulturinstitutionen.

Weiter weisen mehrere Interviewte darauf hin, dass aufgrund der Vielzahl von Förderakturen (z.B. Fachausschuss Musik BS/BL, Swisslos-Fonds Basel-Stadt, der Kulturpau-schalen, Musikbüro Basel, GGG Kulturkick) und der teilweise neu geschaffenen Gefässe im Rahmen der Umsetzung der Trinkgeld-Initiative die Übersicht über die

²⁷ Eine Erhöhung des Konkurrenzdrucks bei Orchester/Ensembles wird auch in der Evaluation der Orchesterförderung festgestellt (Integrated Consulting Group, 2021).

Fördermöglichkeiten gelitten habe. Zudem habe dies zu einem höheren Koordinationsaufwand zwischen den Förderakteuren geführt. Für die nächsten Jahre sei es wichtig, die Umsetzung der Trinkgeld-Initiative zu reflektieren und in die Kommunikation und Transparenz der bestehenden und neuen Förderinstrumente nach aussen zu investieren.

Generell, so einige Interviewten, solle man im Bereich Musik vom Museumsbereich lernen, insbesondere in Bereichen der Vernetzung, Vermittlung und Vermarktung. Beispielsweise könnten wie im Museumsbereich institutionalisierte Netzwerktreffen der Musikinstitutionen/-akteure organisiert werden, um so den Austausch und die Nutzung von Synergien (z.B. Kooperationen zwischen Festivals oder Ensembles, zwischen institutioneller und freier Szene, bei der Nutzung der Infrastruktur) zu fördern. In der Kommunikation brauchte es Aushängeschilder mit überregionaler Ausstrahlungskraft und spartenübergreifenden Initiativen, die auch Publikum aus anderen Regionen anlocken können (siehe zu Kommunikation auch Abschnitt 4.2 zu Schnittstellen und Synergien).

Vergleich mit der Stadt Zürich mit Fokus Musikstadt

Die Stadt Zürich fördert das Musikschaffen von alter bis zu aktueller Musik durch das Ressort Klassische/Neue Musik, und zwar in Form von projekt- und personenbezogenen Förderbeiträgen (z.B. Produktion- und Kompositionsbeiträge, Arbeitsstipendien, Werkjahre, Atelierstipendium), vierjährigen Betriebsbeiträgen an Institutionen sowie durch eigene Veranstaltungsreihen. Das Tonhalle Orchester Zürich und das Zürcher Kammerorchester werden aufgrund von Volksabstimmungen unbefristet gefördert.²⁸ Anders als die Abteilung Kultur Basel-Stadt, die nur Kunst- und Kulturprojekte von professionellen Kulturschaffenden fördert, vergibt die Stadt Zürich auch Beiträge an die Laienkultur (z.B. Beiträge für Laienchöre/-orchester). Zudem arbeitet die Stadt Zürich im Bereich Popförderung nicht mit einem externen Verein, wie in Basel mit dem Musikbüro Basel, zusammen, sondern verwaltet den Popkredit innerhalb der städtischen Verwaltung.

Ähnliche strategische Schwerpunkte in der Förderung

Anders als im Basler Kulturleitbild sind die Zielsetzungen und Handlungsachsen im Zürcher Kulturleitbild *spartenübergreifend formuliert* (z.B. «Kulturförderung setzt in der Kulturförderung auf alle Dimensionen der Nachhaltigkeit», «Faire Arbeitsbedingungen im Kulturbereich») und es gibt keine musikspezifischen Zielsetzungen. Das neue Zürcher Kulturleitbild 2024–2027²⁹ identifiziert die grössten Herausforderungen im Musikbereich unter anderem beim Erhalt und der Suche von bezahlbaren Probe- und Aufführungsräumen, bei der Berücksichtigung des gesamten Entwicklungs- und Schaffensprozesses in der Förderung, der fairen Entlohnung der künstlerischen Arbeit sowie bei der Verbesserung der kulturellen Teilhabe – Themen, die auch im aktuellen Basler Kulturleitbild eine Rolle spielen. Im Rahmen des neuen Zürcher Kulturleitbilds sollen in der Musikförderung gewisse Neuerungen umgesetzt werden, um die bestehenden Förderinstrumente für die freie Szene an die aktuellen Schaffensphasen anzupassen und die Förderung zu vereinfachen und prozessorientierter zu gestalten. Mit dem «Arbeitsbeitrag»³⁰ wurde 2024 beispielsweise ein neues Förderinstrument eingeführt mit der Idee, alle Stufen der

²⁸ Vgl. <https://www.stadt-zuerich.ch/kultur/de/index/foerderung/e-musik/foerderung/Foerderarten.html>, Zugriff am 4.7.2024.

²⁹ Vgl. https://www.stadt-zuerich.ch/kultur/de/index/kultur_stadt_zuerich/leitbild-publikationen/kulturleitbild-2024-2027.html, Zugriff am 4.7.2024.

³⁰ Der «Arbeitsbeitrag» ermöglicht Künstlern/-innen Recherchen, die Entwicklung von Ideen, das Experimentieren mit Formen und Formaten sowie verstärkt einen ergebnisoffenen Prozess. Vgl. https://www.stadt-zuerich.ch/prd/de/index/ueber_das_departement/medien/medienmitteilungen/2024/01/kulturfoerderung-arbeitsbeitrag-als-neues-foerderinstrument-fuer-die-freie-szene.html, Zugriff am 4.7.2024.

Wertschöpfung abzudecken. Zudem legt die Stadt Zürich einen Fokus auf die verstärkte Förderung des (Zusammen-)Arbeitens, weshalb zukünftig im Bereich Jazz/Rock/Pop Massnahmen zur Verbesserung des Wissenstransfers, der Netzwerke und nicht-kommerzieller Promotions-, Booking- und Vertriebsstrukturen für Zürcher Musiker/-innen umgesetzt werden sollen. In Zürich werden also *ähnliche Ziele angestrebt*, wie in Basel, wo im Rahmen der Umsetzung der Trinkgeld-Initiative sogenannte Recherchebeiträge eingeführt worden sind und Netzwerkanlässe und Workshops mit Musikschaffenden zu verschiedenen Themen durchgeführt wurden.

I Mitinitiiierung von Musikveranstaltungen sowie proaktive Festivalförderung

Das Ressort Klassische/Neue Musik der Stadt Zürich *initiiert auch eigene Konzertreihen*, namentlich das Musikpodium (zeitgenössische Musik von Schweizer Komponistinnen und Komponisten) und die Serenaden im Park der Villa Schönberg (Open-Air-Konzertreihe). Für die Gestaltung dieser Reihen arbeitet das Ressort mit externen künstlerischen Leitungen zusammen. Weiter gibt es den «Stadtsommer» (kostenlose Sommer-Konzertreihe) als Fördermassnahme von der Kultur Stadt Zürich für lokale Musiker/-innen an unterschiedlichen Standorten in Zürich. Zudem hat die Stadt Zürich zu Beginn der Leitbildperiode 2020–2023 die Trägerschaft für ein neues Festival für zeitgenössische Musik ausgeschrieben, das die durch die Stadt organisierten «Tage für Neue Musik» (mit externer künstlerischer Leitung) ablösen sollte. Das neue Festival «Sonic Matter», organisiert vom gleichnamigen Verein, hat den Zuschlag erhalten und wurde bereits zweimal durchgeführt. Dies stellt einen Unterschied zum Kanton Basel-Stadt dar, wo Festivals bisher *ausschliesslich gesuchsbasiert* (über Gesuche beim Swisslos-Fonds) gefördert werden und die Abteilung Kultur damit begrenzten Gestaltungsspielraum hat (siehe aber die geplante Massnahme zur Erarbeitung eines Festivalkonzepts).

I Leuchttürme mit überregionaler, internationaler Ausstrahlung / Intendantische Präsenz

Die Stadt Zürich verfügt über keine eigene Strategie oder entsprechenden Massnahmen, um die Stadt als Musikstadt zu positionieren. Gefragt nach den Leuchttürmen der Stadt Zürich im Bereich mit überregionaler und internationaler Ausstrahlung, wird in den Interviews die Street Parade, die Tonhalle Zürich sowie das Opernhaus Zürich genannt. Bei der Tonhalle Zürich wird die *intendantische Präsenz* und damit die künstlerische Ausgestaltung, Zusammenstellung und Koordination des Programms im Vergleich zum nicht kuratierten Stadtcasino als Stärke hervorgehoben. Auch verfügt Zürich mit dem Hallenstadion und dem Letzigrund über Veranstaltungsorte, um grössere Musikveranstaltungen mit international bekannten Künstlern/-innen durchzuführen. Ausserhalb des Musikbereichs hat sich Zürich in den letzten zehn Jahren international vermehrt als Kulturstadt präsentiert und dabei insbesondere grosse Veranstaltungen wie das Dada-Jubiläum 2016 genutzt³¹.

I c. Die Kulturstadt zeigt sich in ihrer ganzen Exzellenz und Vielfalt

Das dritte Unterziel im Kulturleitbild betont den Beitrag des kulturellen Angebots zur Attraktivität und Ausstrahlung Basels und der Region. Konkret sollen mehr Kommunikationsaktivitäten der Abteilung Kultur und eine engere Abstimmung mit bereits bestehenden Angeboten und Anbietern stattfinden, um die gesamte Breite des Kulturschaffens in seiner Exzellenz und Vielfalt besser sichtbar zu machen. Anders als die beiden vorhergehenden Unterziele, die eine stärkere Wirkungsdimension beinhalten, ist das dritte Unterziel als Leistungsziel formuliert.

³¹ Haerle, Peter (2022): Die Kulturpolitik der Stadt Zürich: A discussion on Cultural Policy. Zürich: Zürich Centre for Creative Economies (ZCCE). S. 18.

Die Sichtbarmachung des Angebots erfolgt über verschiedene Kanäle. Während die Kommunikationsaktivitäten der Institutionen und Anlässe selbst wohl den Hauptanteil an der Sichtbarmachung des kulturellen Angebotes tragen, ist auf die folgenden gebündelten Aktivitäten hinzuweisen, die der Kanton selbst umsetzt oder unterstützt.

- Die Abteilung Kultur betreibt bereits seit einigen Jahren die Website «www.museenbasel.ch», um das Angebot der Museen in Basel auf einer Website zusammen zu fassen und über Veranstaltungen und Ausstellungen zu informieren. Die Website hat 2024 einen Relaunch erfahren. In Ergänzung zur Website erscheint der Guide Museen Basel jährlich als Print-Broschüre.
- Basel Tourismus betreibt die Website basel.com mit einem Veranstaltungskalender.
- Als digitaler Teil des geplanten Projektes «Musikjahr 2020» wurde vom Kanton die Website «musik.bs» geschaffen, die Informationen zu Musik-Veranstaltungen und -Orten zur Verfügung stellt und aktuelle Kulturberichterstattung zur Basler Musikwelt zusammenfasst.³²
- Im Rahmen eines Transformationsprojektes unterstützte die Abteilung Kultur (gemeinsam mit dem Bund) die «Programmzeitung» mit ihrem Veranstaltungskalender «www.proz.online».
- Die Abteilung Kultur leistete (gemeinsam mit dem Kanton Basel-Landschaft) eine Anschubfinanzierung zur Online-Agenda «www.agendabasel.ch» die auf Initiative verschiedener Kulturinstitutionen hin ab 2020 lanciert wurde.

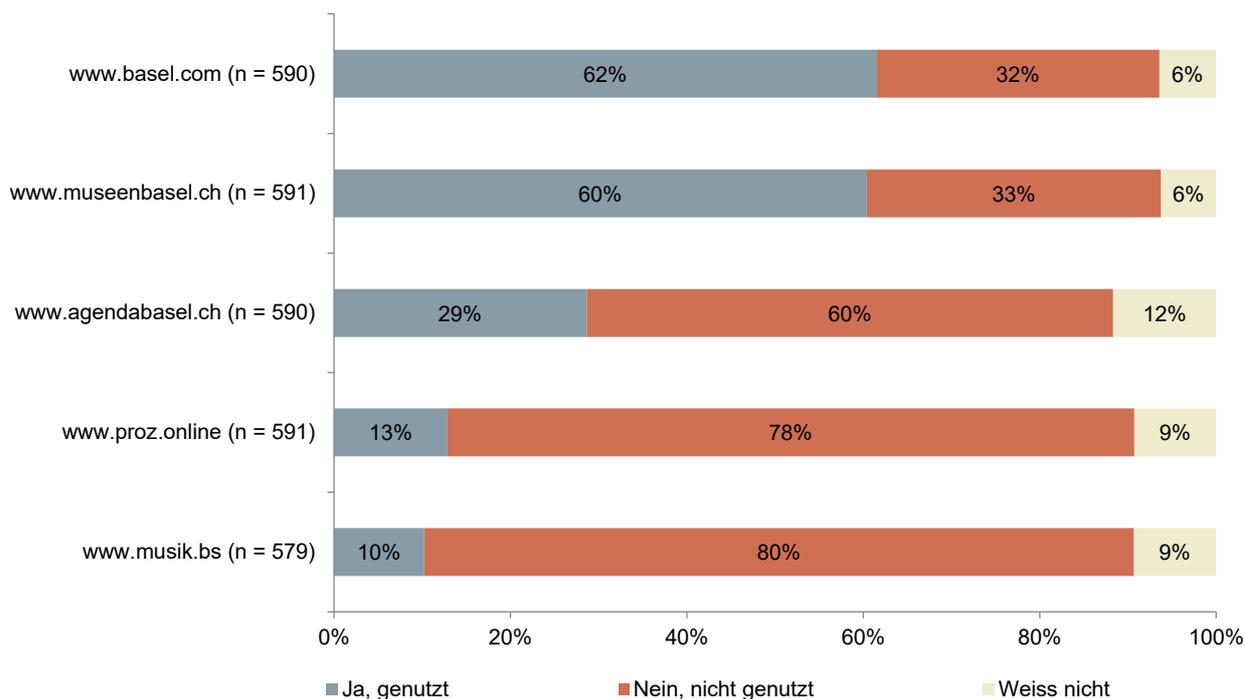
Nutzerzahlen liegen für den vorliegenden Wirkungsbericht nur für die Websites «www.museenbasel.ch» und «basel.com» vor. Die Website zu den Museen zählte zwischen Frühjahr 2022 und Frühjahr 2024 relativ konstant etwa 180'000 Nutzende pro Jahr. Jeweils rund 60 Prozent der Nutzenden kamen aus der Schweiz, wobei mehr Website-Besuche aus der Region Zürich als aus der Region Basel gezählt werden. Basel Tourismus verzeichnet für 2022 über 4 Mio. Sitzungen auf der Website basel.com, was gegenüber 2019 eine Zunahme von fast 30 Prozent bedeutet.³³

Die Bevölkerung kennt das kulturelle Angebot in Basel gut (siehe Abschnitt 3.1). Knapp zwei Drittel der kantonalen Bevölkerung nutzen Websites und/oder Apps mit digitalen Veranstaltungskalendern, um sich über das kulturelle Angebot zu informieren. Folgende Darstellung D 2.3 zeigt, wie die verschiedenen Websites von den Teilnehmenden der Befragung zum Kulturleitbild genutzt werden. Es wurden dazu nur diejenigen Personen befragt, die angaben, dass sie grundsätzlich Websites und/oder Apps mit digitalen Veranstaltungskalendern als Informationskanäle nutzen (64% aller Befragten).

³² Obwohl ein grosser Teil der Veranstaltungen zum Musikjahr aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden musste, entschied sich die Abteilung Kultur, die Website wie geplant im Frühjahr 2020 zu lancieren.

³³ Basel Tourismus (2023): Jahresbericht 2022. S. 8.

D 2.3: Nutzung der Websites



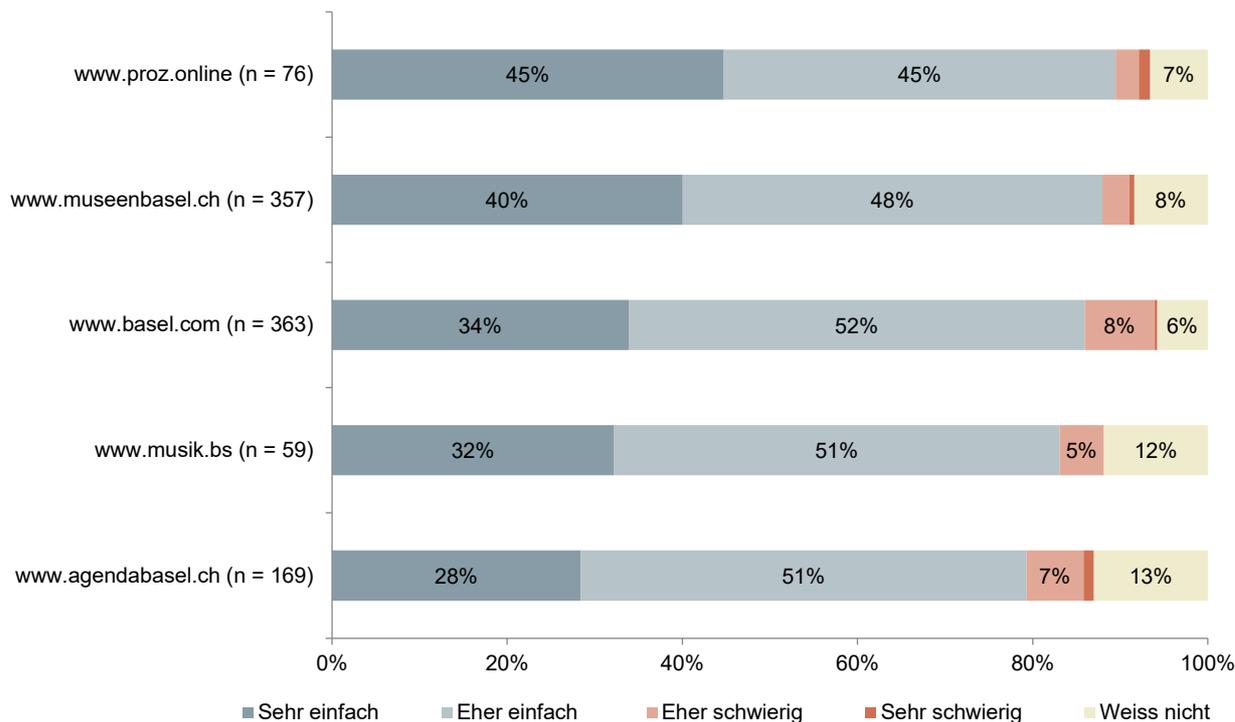
Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024. Hinweis: Die Website musseenbasel.ch wurde im Mai 2024 neu gelauncht, die Beurteilung bezieht sich somit auf die Vorgängerversion.

Legende: Die Frage lautete: Es gibt verschiedene Websites, die über Kulturveranstaltungen in Basel und der Region informieren. Bitte geben Sie an, ob Sie die folgenden Seiten schon einmal genutzt haben.

Während die Websites von Basel Tourismus und Museen Basel von der Mehrheit der Personen, die sich grundsätzlich via Websites über das kulturelle Angebot informieren, genutzt wurden, nutzt nur ein kleinerer Teil der Befragten die Veranstaltungskalender «agendabasel.ch», «proz.online» und «musik.bs». Neben diesen Websites geben eine Reihe von Personen in der Befragung auch an, sich über die Websites «denkmal.org», «bajour.ch» und «ronorp.net» über das kulturelle Angebot in Basel zu informieren. Es gibt keine signifikanten Unterschiede bei der Nutzung von Website durch verschiedene Altersgruppen.

Insgesamt scheinen die Personen die Informationen auf den von ihnen genutzten Websites gefunden zu haben, die gesucht wurden, wie die folgende Auswertung illustriert.

D 2.4: Beurteilung der genutzten Websites

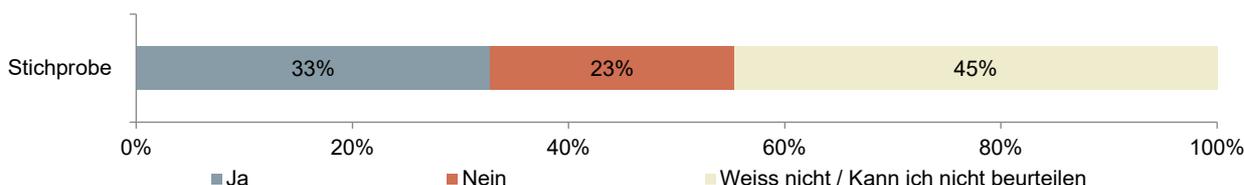


Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024. Hinweis: Die Website musseenbasel.ch wurde im Mai 2024 neu gelauncht, die Beurteilung bezieht sich somit auf die Vorgängerversion.

Legende: Die Frage lautete: War es für Sie einfach, auf der Website die gesuchten Informationen zu finden?

Über die Befragung zum Kulturleitbild wurde zudem ermittelt, inwiefern sich die Basler/-innen heute besser über das kulturelle Angebot informiert fühlen als vor fünf Jahren. Dies ist bei immerhin einem Drittel der Befragten der Fall, wie die folgende Darstellung D 2.5 zeigt.

D 2.5: Beurteilung Informationsstand der Bevölkerung zum kulturellen Angebot



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild Interface 2024.

Legende: Die Frage lautete: Fühlen Sie sich heute insgesamt besser über das kulturelle Angebot in Basel und der Region informiert als vor fünf Jahren? N = 934.

Die Interviewten betrachten die Erreichung des Ziels «Die Kulturstadt zeigt sich in ihrer ganzen Exzellenz und Vielfalt» mehrheitlich kritisch. Zwar anerkennen sie, dass der Kanton Leistungen bezüglich eines spartenübergreifenden Ausbaus der Kommunikation erbracht hat und verweisen dabei auf «www.agendabasel.ch» sowie auf den Ausbau der Kommunikation (Social Media und Newsletter) der Abteilung Kultur (siehe dazu auch Abschnitt 3.5). Da es verschiedene Plattformen gebe, die ähnliche Inhalte weitergeben, sei die Kulturkommunikation aber unübersichtlich. Einige Personen geben zudem an, dass

der Aufwand, um unterschiedliche Plattformen ohne gemeinsame Schnittstelle (beispielsweise basel.com, museenbasel.ch und proz.online³⁴) zu bespielen, hoch sei. Verschiedene Interviewpartner/-innen stellen den Nutzen von «www.agendabasel.ch» in Frage: Es sei nicht sinnvoll, zwei konkurrierende Produkte (agendabasel und «Programmzeitung») zu fördern, die praktisch das gleiche machen würden. Die Interviewten sehen noch deutliches Potenzial darin, das Kulturangebot im Netz besser und angepasst für verschiedene Zielgruppen zu präsentieren. Den allgemeinen Rückgang bei der Kulturberichterstattung durch unabhängige Medien wird in verschiedenen Interviews als beschränkender Faktor genannt, wenn es darum geht, die Kulturstadt Basel und deren Vielfalt zu präsentieren.

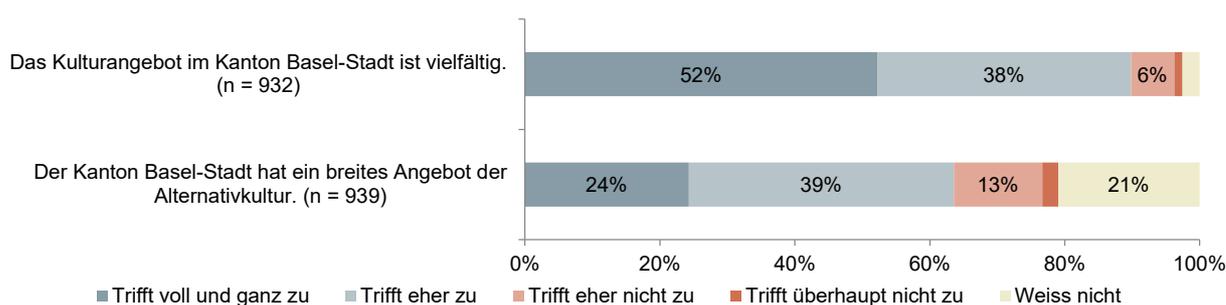
2.3.2 Übergeordnetes Ziel 2: Basel fördert kulturelle Innovation und richtet sich auf neue Potenziale aus

Mit dem zweiten übergeordneten Ziel unterstreicht der Kanton, dass neben den bestehenden Schwerpunkten auch bei der nicht-institutionellen Kulturszene und der Nutzung des öffentlichen Stadtraums grosses Potenzial für die Kulturstadt Basel besteht.

Bezüglich der Förderung der kulturellen Innovation war eine wichtige Massnahme die Umsetzung der 2020 angenommenen Trinkgeld-Initiative, aufgrund welcher der Teil des Kulturbudgets zugunsten der Basler Jugend- und Alternativkultur erhöht wurde und die zur Ausarbeitung neuer Fördermodelle, beispielsweise der Clubförderung, geführt hat. Im Rahmen der Kulturpartnerschaft mit dem Kanton Basel-Landschaft konnte 2022 und 2024 eine Erhöhung der gemeinsamen Beiträge für die freie Szene beschlossen werden, wobei Mittel beispielsweise der Förderung der darstellenden Künste (inkl. zeitgenössischer Zirkus), der improvisierten Musik und Jazz zugutekommen.

Die kantonale Bevölkerung schätzt das kulturelle Angebot in der Online-Befragung als vielfältig ein. Zudem erachtet eine Mehrheit der Befragten das Angebot der Alternativkultur als breit, wie die folgende Darstellung D 2.6 zeigt. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass 21 Prozent der Befragten keine Beurteilung bezüglich des Angebots der Alternativkultur abgeben können.

D 2.6: Beurteilung der Vielfalt des Kulturangebots und der Alternativkultur



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zutreffend sind.

Bezüglich Einschätzung der Vielfalt sind jüngere Personen etwas kritischer als ältere Personen – wenngleich auch in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen immer noch 83 Prozent der Befragten der Ansicht sind, dass das Kulturangebot vielfältig oder eher vielfältig ist (gegenüber 90% bei allen Teilnehmenden). Bezüglich Alternativkultur zeigt sich nur

³⁴ Zwischen museenbasel.ch und agendabasel.ch besteht eine Schnittstelle und der Content wird automatisch auf beiden Plattformen aufgeschaltet.

bei den unter 30-Jährigen ein Unterschied zur Gesamtheit der Befragten: 16 Prozent der Befragten aller Altersgruppen beurteilen die Alternativkultur kritisch, bei den unter 30-Jährigen sind es 22 Prozent.

Der grösste Teil der Interviewten ist ebenfalls der Ansicht, dass die Trinkgeld-Initiative dem zweiten übergeordneten Ziel Schubkraft gegeben hat und dass der Kanton die Chancen der politischen Initiative gut genutzt hat. Durch die Abfederung der Folgen der Corona-Pandemie sei ein wichtiger Beitrag zum zweiten Ziel geleistet worden, beispielsweise in den Transformationsprojekten. Kritischer hingegen betrachten mehrere Interviewte die Innovation auf digitaler Ebene – hier seien keine grossen Fortschritte zu erkennen.

Die Beurteilung der drei Unterziele (d, e und f) des zweiten übergeordneten Ziels aus dem Kulturleitbild fällt wie folgt aus:

I d. Die Kulturstadt Basel wächst im Einklang mit der freien Szene

Gemäss dem Kulturleitbild sollen die Rahmenbedingungen für die freie Szene verbessert werden und die freie Kunstproduktion als treibende Kraft für eine lebendige und innovative Kulturstadt anerkannt werden.

Bei der Erarbeitung des Kulturleitbilds konnte nicht antizipiert werden, welche Herausforderungen die Corona-Pandemie insbesondere für die freie Szene darstellen sollte. Mit den Unterstützungsmassnahmen hat der Kanton einen grossen Beitrag dazu geleistet, dass die Vielfalt der Kultur erhalten bleiben konnte (über Finanzhilfen gemeinsam mit dem Bund, aber auch mit eigenen Massnahmen wie den Taggeldern zur Existenzsicherung von Kulturschaffenden). Mit der Umsetzung der Trinkgeld-Initiative und der erneuerten Kulturpartnerschaft mit dem Kanton Basel-Landschaft stehen zudem mehr Mittel für die freie Szene zur Verfügung.

Die Interviewpartner/-innen beurteilen die Erreichung des Unterziels vorwiegend positiv. Basel stehe dafür, dass sich neben der institutionellen Kulturszene auch die freie Szene gut entwickeln kann. Dazu wurde einmal mehr die Trinkgeld-Initiative erwähnt, deren Umsetzung gut spürbar sei. Positiv gesehen wird, dass es durch «Recherchebeiträge» möglich ist, unabhängig von einem konkreten Endprodukt neue Ideen und Konzepte zu entwickeln. Dabei wird auch verschiedentlich goutiert, dass die Projektförderung breiter geworden ist.³⁵ Auch habe sich die Situation bezüglich Ateliers und Übungsräumen in den letzten Jahren verbessert und mit der Clubförderung nehme Basel eine Vorreiterrolle in der Schweiz ein. Weiter wird anerkannt, dass auch die etablierten Institutionen und deren Programm sowie der Kulturstandort insgesamt davon profitieren würden, wenn gute Rahmenbedingungen für die freie Szene vorliegen. Verschiedentlich anerkennen die Interviewten, dass der Einbezug der freien Szene in die Erarbeitung von kulturpolitischen Massnahmen verbessert wurde und der Kanton hier sehr transparent arbeite. Ein Spannungsfeld wird von einigen Interviewpartnern/-innen hingegen zwischen der Förderung der freien Szene (mit Nischenangeboten) und dem Ziel der Publikumsorientierung gesehen.

I e. Kulturerlebnisse dort, wo sich die Menschen aufhalten

Gemäss Kulturleitbild soll sich der Stadtraum als Kulturraum dynamisch weiterentwickeln und für die Bevölkerung besser erlebbar werden. Der Kanton sieht dazu unter

³⁵ Die spartenunabhängige Förderung ermöglicht neu beispielsweise eine Unterstützung von übergreifenden und nicht gewinnorientierten/kommerziellen Projekten aus angewandten Disziplinen wie Mode, Grafik und Design.

anderem eine qualitative Steigerung im Bereich Kunst im Stadtraum vor und will den identitätsstiftenden Charakter von Architektur, Baukultur und Kunst durch Vermittlungsprojekte stärken. Schliesslich wird bei diesem Unterziel auch die hohe Bedeutung des Stadtraums für Events, Festivals und Veranstaltungen unterstrichen.

Die vom Kanton geplante Schaffung neuer Grundlagen und Strukturen für Kunst im öffentlichen Raum und Kunst und Bau (Kunst im Stadtraum) konnte noch nicht wie geplant umgesetzt werden. Entsprechend ist die Stärkung und Koordinierung des Themas «Kunst im Stadtraum» unter den Erwartungen geblieben. Jedoch wurden von vielen Stellen des Kantons Aktivitäten unternommen, die einen Beitrag zur Umsetzung des Zieles geleistet haben. Hierzu gehören Arbeiten der Denkmalpflege (auch zur Vermittlung), Förderentscheide des Kunstcredits, Arbeiten der Kantons- und Stadtentwicklung (z.B. mit dem Stadtbelebungsfonds), der kantonalen Allmendeverwaltung und des Lotteriefonds. Auch konkrete Aktivitäten von Kulturinstitutionen und -akteuren spielen eine Rolle dabei, dass Kulturerlebnisse nicht nur in dafür vorgesehenen Veranstaltungsräumen, sondern auch dort stattfinden, wo sich die Menschen aufhalten, beispielsweise im «Theaterplatz-Quartier» oder im Rahmenprogramm der Art Basel. Aufgrund der Schutzmassnahmen der Corona-Pandemie wurden zudem Massnahmen von Kulturakteuren erprobt, die in geschlossenen Räumen verboten, im Freien aber erlaubt waren. Die Befragung zum Kulturleitbild zeigt schliesslich, dass Festivals im öffentlichen Raum beliebt sind und besucht werden (siehe dazu die Ergebnisse der Befragung zum Kulturleitbild in Abschnitt 3.2).

In den Interviews wird konstatiert, dass der Kanton bezüglich der Stärkung des Themas Kunst im Stadtraum nicht viel weitergekommen sei. Auf der anderen Seite wird aber auch anerkannt, dass der Stadtraum stark für kulturelle Anlässe genutzt wird und entsprechend Kultur erlebt werden kann.

I f. Kulturangebote für sich verändernde Bedürfnisse des Publikums

Das Kulturleitbild sieht vor, dass sich das kulturelle Angebot in Basel stärker am Publikum orientiert und möglichst vielen verschiedenen Zielgruppen zugutekommt.

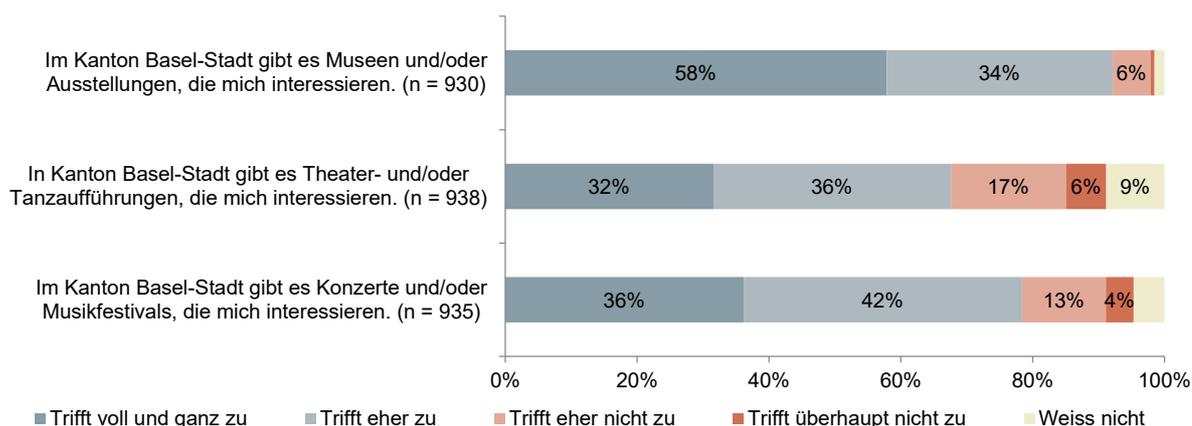
In der siebten kantonalen Bevölkerungsbefragung, die das Statistische Amt 2023 durchgeführt hat, geben 78,9 Prozent der Befragten an, mit dem Kulturangebot sehr zufrieden oder eher zufrieden zu sein.³⁶ Dies entspricht in etwa den Ergebnissen der sechsten, 2019 durchgeführten Befragung (79,2%)³⁷ und gibt einen Hinweis darauf, dass trotz sich verändernder Bedürfnisse des Publikums und der Auswirkungen der Corona-Pandemie das kulturelle Angebot einem grossen Teil der Bevölkerung entspricht.

In der im Rahmen der Erstellung des vorliegenden Wirkungsberichts durchgeführten Online-Befragung der Bevölkerung des Kantons wurde eine etwas differenziertere Frage zur Wahrnehmung des Kulturangebot gestellt. Konkret wurde danach gefragt, ob es Veranstaltungen, Museen oder Ausstellungen in Basel gibt, welche die Bevölkerung interessieren. Die folgende Darstellung D 2.7 zeigt die Antworten auf diese Frage.

D 2.7: Beurteilung Kulturangebot (Museen/Ausstellungen, Theater/Tanzaufführungen, Musikfestivals)

³⁶ Statistisches Amt des Kantons-Basel Stadt (2023): Grundausswertung Bevölkerungsbefragung 2023. S. 50.

³⁷ Statistisches Amt des Kantons-Basel Stadt (2023): Grundausswertung Bevölkerungsbefragung 2023. S. 50.



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zutreffend sind.

Auch die für den Wirkungsbericht durchgeführte Befragung zum Leitbild zeigt, dass die kantonale Bevölkerung das Angebot grundsätzlich positiv wahrnimmt, wobei das grösste Interesse an Museen und Ausstellungen besteht. Betrachtet man die Verteilung der Antworten nach Alter und Staatsangehörigkeit, so zeigen sich nur bei einem Item grössere Unterschiede: Während von den über 50-Jährigen nur 11 Prozent angeben, dass es keine oder eher keine Konzerte oder Musikfestivals gibt, die sie interessieren, liegt dieser Anteil bei den unter 50-Jährigen bei 22 Prozent.

Die Interviewten weisen darauf hin, dass die Zielerreichung bezüglich Publikumsorientierung stark von den Aktivitäten der Kulturakteure abhängig sei. So würden einige Akteure viele Anstrengungen dahingehend unternehmen, zu erfahren, wer ihr Publikum ist, welche Bedürfnisse das Publikum hat, wie sich Bedürfnisse verändern und wie das Angebot entsprechend ausgerichtet werden kann. Andere Akteure hätten Schwierigkeiten, Aussagen über ihr Publikum zu treffen respektive deren Bedürfnisse in ihrer Arbeit zu berücksichtigen. Die Interviewten sehen insgesamt Schwierigkeiten darin, die Migrationsbevölkerung, Personen mit tieferen Bildungsabschlüssen und Personen in der Familienphase mit dem kulturellen Angebot zu erreichen – mit spezifischen Gründen pro Zielgruppe. Ein Defizit besteht laut mehreren Interviewten nach wie vor darin, dass zu wenig Kennzahlen über das Publikum vorliegen würden.

Um valide Aussagen darüber zu treffen, wie sich das Publikum zusammensetzt (beispielsweise hinsichtlich Herkunft, Alter, Informationsverhalten und Geschlecht), sind Befragungen notwendig. Während das Ziel, das Kulturpublikum von 13 ausgewählten baselstädtischen Institutionen während einer gesamten Spielsaison repräsentativ zu untersuchen, in der Saison 2019/2020 Pandemie-bedingt nicht erreicht werden konnte³⁸, lancierten die Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft im Herbst 2023 eine erneute Publikumsbefragung, diesmal bei den Besuchenden von sieben Kulturinstitutionen.³⁹ Gegenüber den Bevölkerungsbefragungen des Kantons hat die Publikumsbefragung den Vorteil, dass auch Personen, die nicht im Kanton Basel-Stadt wohnen, aber dort Veranstaltungen

³⁸ Statistisches Amt des Kantons Basel-Stadt (2020): Kulturpublikumsbefragung 2019/2020. Bericht 2020.

³⁹ Vgl. <https://www.statistik.bs.ch/nm/2023-start-der-dritten-kantonalen-kulturpublikumsbefragung-pd.html>, Zugriff am 6.6.2024.

oder Museen besuchen, an der Befragung teilnehmen können. Da die Ergebnisse erst 2025 vorliegen werden, können sie für die vorliegende Beurteilung nicht genutzt werden.

2.3.3 Übergeordnetes Ziel 3: Fördern auf der Höhe der Zeit

Das dritte übergeordnete Ziel verfolgt eine zeitgemässe Kulturförderung. Diese soll Kulturakteure möglichst effektiv darin unterstützen, sich den globalen Herausforderungen auf technologischer und gesellschaftlicher Ebene zu stellen.

Die Interviewpartner/-innen sind der Ansicht, dass die Kulturförderung in vielen Bereichen fortschrittlich ist und aktuelle oder gesellschaftlich relevante Themen aufnimmt. Als Beispiele werden Themen wie Provenienzforschung, Clubförderung, faire Entlohnung von Kulturschaffenden und Diversity aufgeführt. Auch die befragten Personen in Zürich nehmen die Basler Kulturförderung grundsätzlich als zeitgemäss wahr. Die Trinkgeld-Initiative und die Massnahmen zu ihrer Umsetzung hätten ausserhalb des Kantons Basel-Stadt Beachtung gefunden.

Die Beurteilung der drei Unterziele (g, h, i) des dritten übergeordneten Ziels aus dem Kulturleitbild fällt wie folgt aus:

I g. Kultur wird zugänglich für alle

Der Kanton Basel-Stadt möchte der gesamten Bevölkerung eine aktive Teilhabe am Kulturleben ermöglichen. Gemäss Kulturleitbild soll der Zugang zur Kultur unabhängig von Alter, Einkommen, Lebensweise, Beeinträchtigung und kulturellem Hintergrund möglich sein.

Bezüglich des Zugangs von jungen Menschen zur Kultur ist die Zielerreichung positiv zu beurteilen. 2023 haben beispielsweise 6'474 Schulklassen ein Museum im Kanton Basel-Stadt besucht. Auch reduzierte Eintrittspreise von Kulturinstitutionen, die Tatsache, dass die Museumsnacht (mit Unterstützung Privater) für Personen unter 26 Jahren kostenlos ist und beispielsweise die Fondation Beyeler als privates Museum von jungen Menschen keinen Eintritt verlangt, ermöglichen einen einfacheren Zugang zur Kultur für jüngere Zielgruppen. Weiter können die Angebote der Musikakademie mit der Musikschule Basel als zentral für eine zugängliche Kultur in Basel (nicht nur für junge Menschen) betrachtet werden. Schliesslich ist darauf hinzuweisen, dass im Kulturfördergesetz und im Museumsgesetz inklusive Angebote gesetzlich verankert wurden.

Die Interviewten sehen die grössten Fortschritte in der Teilhabe von jungen Menschen und Menschen mit Beeinträchtigung. Defizite werden hingegen dort gesehen, wo es darum geht, die Migrationsbevölkerung aktiv am Kulturleben teilhaben zu lassen. Auch von Seiten der Kulturakteure sei die Gruppe derer, die von der Kulturförderung profitiert, relativ homogen – trotz der multikulturellen Bevölkerung am Rheinknie. Anerkannt wird in den Interviews, dass von 2021 bis 2023 vier Institutionen⁴⁰ im Rahmen der Initiative «Kultur divers gestalten» von der Abteilung Kultur Mittel für eine diversitätssensiblen Organisationsentwicklung erhalten haben. Eine im Jahr 2024 durchgeführte externe Evaluation zur ersten Förderphase 2021 bis 2023 hat zwar Schwierigkeiten, bereits übergeordnete Wirkungen im Sinne der Beseitigung von strukturellen Barrieren aufgrund des Projektes festzustellen, erkennt aber eine grössere Aufmerksamkeit für das Thema Diversität bei den

⁴⁰ Kaserne Basel, Kunstmuseum Basel, Literaturhaus Basel und Neues Orchester Basel (NOB). Im Frühjahr 2023 konnten vier weitere Basler Kulturplayer mit dem extern begleiteten Prozess starten: das Vorstadttheater, das HEK (Haus der elektronischen Künste), das Foyer Public im Theater Basel und das Artstübli.

Basler Kulturinstitutionen.⁴¹ In den Interviews wird weiter darauf hingewiesen, dass bei der Diversifizierung von Publika das Problem der Klasse zu wenig gelöst sei: Es bleibe also die Frage, wie auch tiefere Bildungsschichten noch mehr vom kulturellen Angebot profitieren könnten. Auch die Tatsache, dass Personen mit höheren Bildungsabschlüssen sehr viel häufiger an der Befragung zum Kulturleitbild teilgenommen haben als Personen mit tieferen Bildungsabschlüssen lässt den Schluss zu, dass das Thema Kultur nicht von allen Bevölkerungsgruppen als gleich relevant betrachtet wird.

In den Kommentaren der Befragung zum Kulturleitbild (siehe Abschnitt A 4 im Anhang) wird am zweithäufigsten aufgeführt, dass der Zugang zu kulturellen Veranstaltungen aufgrund hoher Eintrittspreise oder begrenzter finanzieller Mittel schwierig sein könne. In den Kommentaren werden aber auch Angebote gelobt, die eine breitere Zugänglichkeit ermöglichen (z.B. Museumspass, Kulturlegi, Angebot +1).

I h. Der Basler Kulturbetrieb steht für Chancengleichheit und Gendergerechtigkeit
Gemäss Kulturleitbild sollen die Rahmenbedingungen des Kulturschaffens im Sinne der Chancengleichheit und Gendergerechtigkeit verbessert werden.

Aus Sicht der Interviewten ist klar zu spüren, dass die Themen Chancengleichheit, Gendergerechtigkeit und Lohnleichheit im Kulturbetrieb an Relevanz gewonnen haben. Jurs seien diverser geworden und bei der Neubesetzung von Positionen werde noch stärker auf Diversität geachtet.

Zudem nimmt der Kanton an einem Pilotprojekt von Pro Helvetia, dem Swiss Center vor Social Research und der Universität Bern zu einem «Gender- und Diversitätsmonitoring» teil, das Ende 2024 abgeschlossen werden soll. Weiter haben Diversitätsentwicklungsprozesse bei der Abteilung Kultur und diversen Gremien stattgefunden und Personalrekrutierungsprozesse wurden weiterentwickelt.

Laut den Interviewpartnern/-innen wurden auch von den Kulturakteuren Aktivitäten zum Thema Diversität durchgeführt, nach innen und aussen sensibilisiert und Anpassungen an Kommunikation, Ausschreibungen usw. vorgenommen. Es gebe hier jedoch klare Unterschiede zwischen den Institutionen. Zwar sei zu spüren, dass Chancengleichheit und Gendergerechtigkeit wichtiger geworden seien, bis zu einer gleichen Verteilung von Geschlechtern im Kultursektor sei jedoch noch ein weiter Weg zu beschreiten. Trotz der Sensibilisierung, Fortschritten bezüglich Lohnleichheit und der Umsetzung von zahlreichen Massnahmen seien viel Bereiche im Kulturbetrieb noch männlich geprägt.

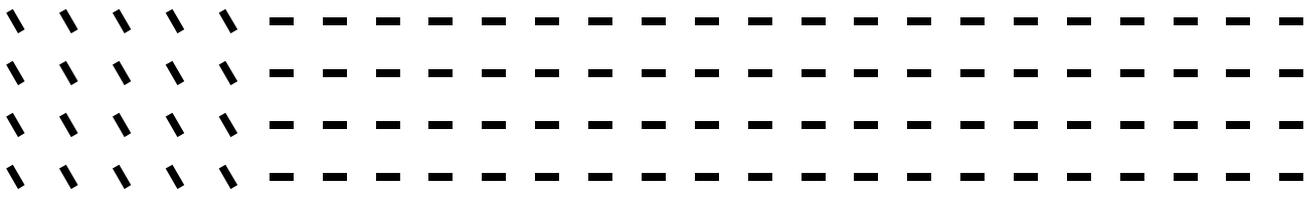
I i. Der Basler Kulturbetrieb nutzt die Chancen der Digitalisierung
Das Kulturleitbild sieht vor, dass die Möglichkeiten der Digitalisierung für die Kultur genutzt werden. Dies soll in verschiedenen Bereichen, wie der Sicherung des Kulturerbes, Marketing, Kulturvermittlung, aber auch in der Produktion und Distribution von Kulturschaffen geschehen.

Zwar wurden in der Abteilung Kultur einige Aktivitäten mit Bezug zur Digitalisierung realisiert (Einführung einer elektronische Gesuchsverwaltung, Customer Relationship Management, Weiterbildungs- und Vernetzungsanlässe zur digitalen Kommunikation und Vermittlung, ein stärkerer Fokus auf die digitale Kommunikation mit Newsletter und Ausbau Social-Media-Präsenz, schrittweise Digitalisierung des Jahresberichtes). Auch Dienststellen haben erfolgreiche Aufgaben umgesetzt, beispielsweise die Generalinventur des Historischen Museums, das nationale Kooperationsprojekt SwissCollNet des

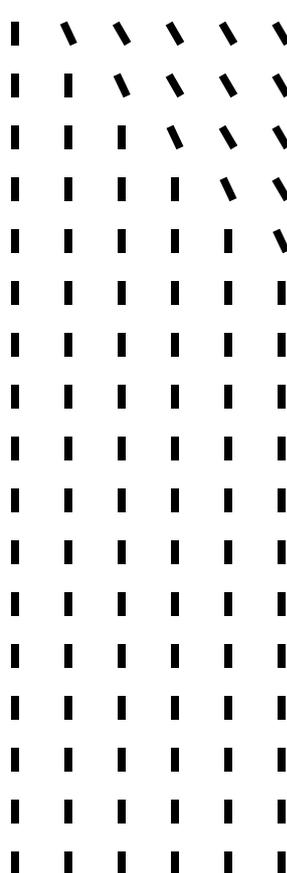
⁴¹ Syspons GmbH (2024): Endbericht Evaluation «Kultur divers gestalten».

Naturhistorischen Museums und die digitale Erschliessung von Sammlungen für das Publikum. Insgesamt bleibt der Kanton bezüglich der Zielerreichung jedoch hinter den Erwartungen zurück. Insbesondere wurde keine Digitalisierungsstrategie für die Dienststellen der Abteilung Kultur erarbeitet, was mit dem Abwarten auf das Vorliegen einer gesamtkantonalen Digitalstrategie zusammenhängt.

Auch die Interviewpartner/-innen sehen grosse Defizite hinsichtlich der Nutzung der Chancen der Digitalisierung. Es fehle eine übergeordnete Steuerung, was zur Folge habe, dass Insellösungen für einzelne Institutionen gesucht werden. Auch würden Synergien zwischen verschiedenen Institutionen und den jeweiligen IT-Lösungen zu wenig genutzt. In mehreren Interviews wird darauf hingewiesen, dass die Dienststellen als Einheiten der Verwaltung an Rahmenbedingungen gebunden sind, die für die Gesamtverwaltung gelten, und die die Digitalisierung bremsen können. Beispiele hierfür sind der Umgang mit grossen Datenmengen, Langzeitspeicherung, aber auch der Web-Auftritt. Gewisse Fortschritte werden hingegen bei der digitalen Vermittlung und der Kommunikation gesehen. Insgesamt besteht aber weitgehender Konsens darüber, dass der Basler Kulturbetrieb die Chancen der Digitalisierung noch zu wenig nutzt.



3. Wahrnehmung und Reichweite des kulturellen Angebots bei der Bevölkerung sowie Information der Kunst- und Kulturschaffenden



Im Folgenden werden insbesondere die Ergebnisse der Befragung zum Kulturleitbild bei der kantonalen Bevölkerung zur Bekanntheit und Nutzung des kulturellen Angebots aufgezeigt.

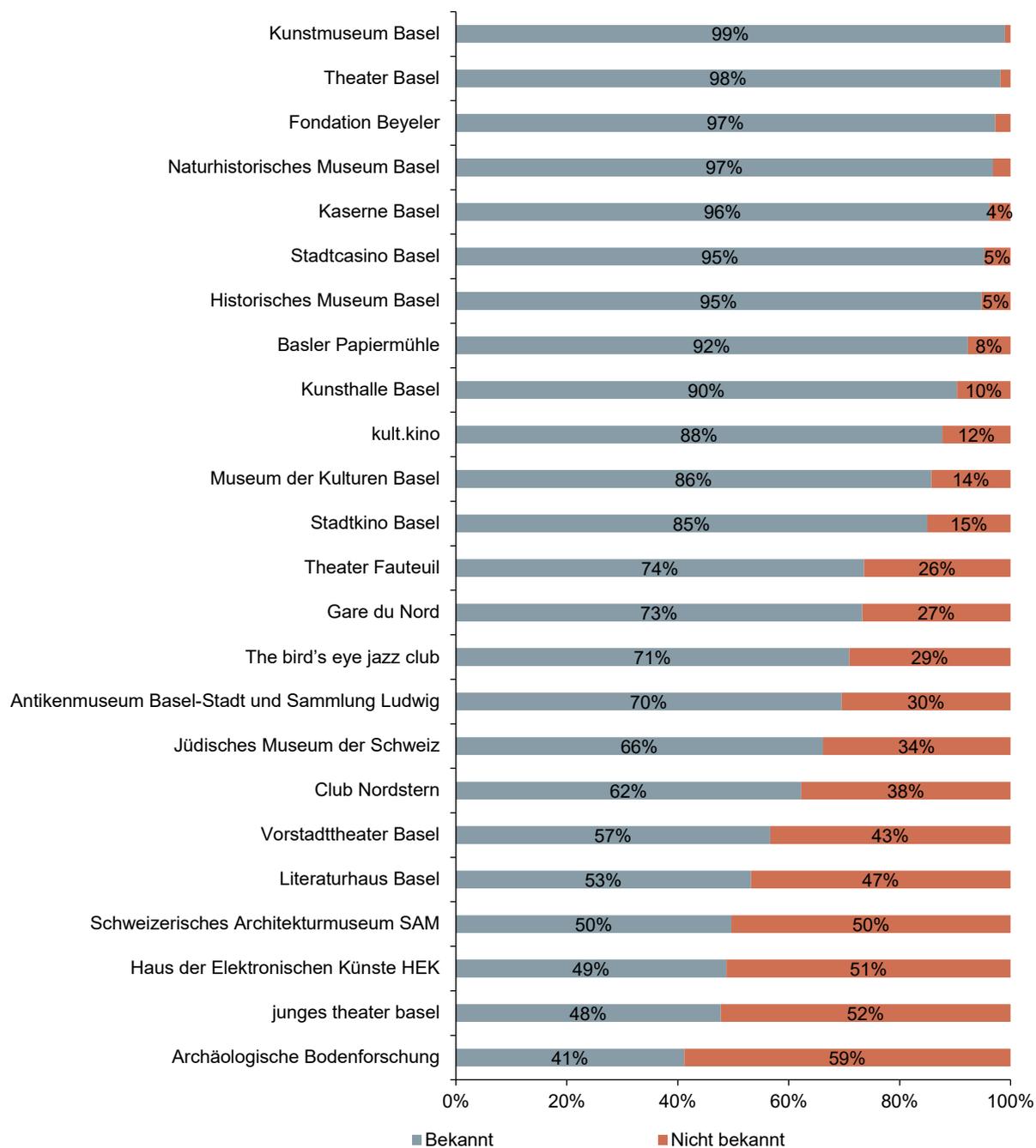
Die Bevölkerungsbefragung, die der Kanton Basel-Stadt 2023 durchgeführt hat⁴², zeigt, dass für 81,6 Prozent der Befragten das Kulturangebot sehr wichtig oder eher wichtig ist. Um mehr über die Bekanntheit und Nutzung des kulturellen Angebots zu erfahren, wurden in der Online-Befragung zum Kulturleitbild vertiefte Fragen dazu gestellt. Es wurden Fragen zu ausgewählten Kulturinstitutionen, zu Festivals mit einem Schwerpunkt Musik sowie spezifische Fragen zur Museumsnacht gestellt. Die Auswahl der Institutionen und Festivals ist gemeinsam mit der Steuerungsgruppe erfolgt. Weiter umfasst dieses Kapitel eine Beurteilung bezüglich Kommunikation, die von der Abteilung Kultur (insbesondere gegenüber den Kulturakteuren) betrieben wird.

3.1 Bekanntheit und Besuch von Kulturinstitutionen

Die Bevölkerung von Basel-Stadt wurde gefragt, ob sie die folgenden 24 Kulturinstitutionen in Basel-Stadt kennt. Die Ergebnisse sind in der folgenden Darstellung D 3.1 in absteigender Reihenfolge dargestellt.

⁴² Statistisches Amt des Kantons Basel-Stadt (2024): Bevölkerungsbefragung 2023. Grundauserwertung. S. 49.

D 3.1: Bekanntheit Kulturinstitutionen



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

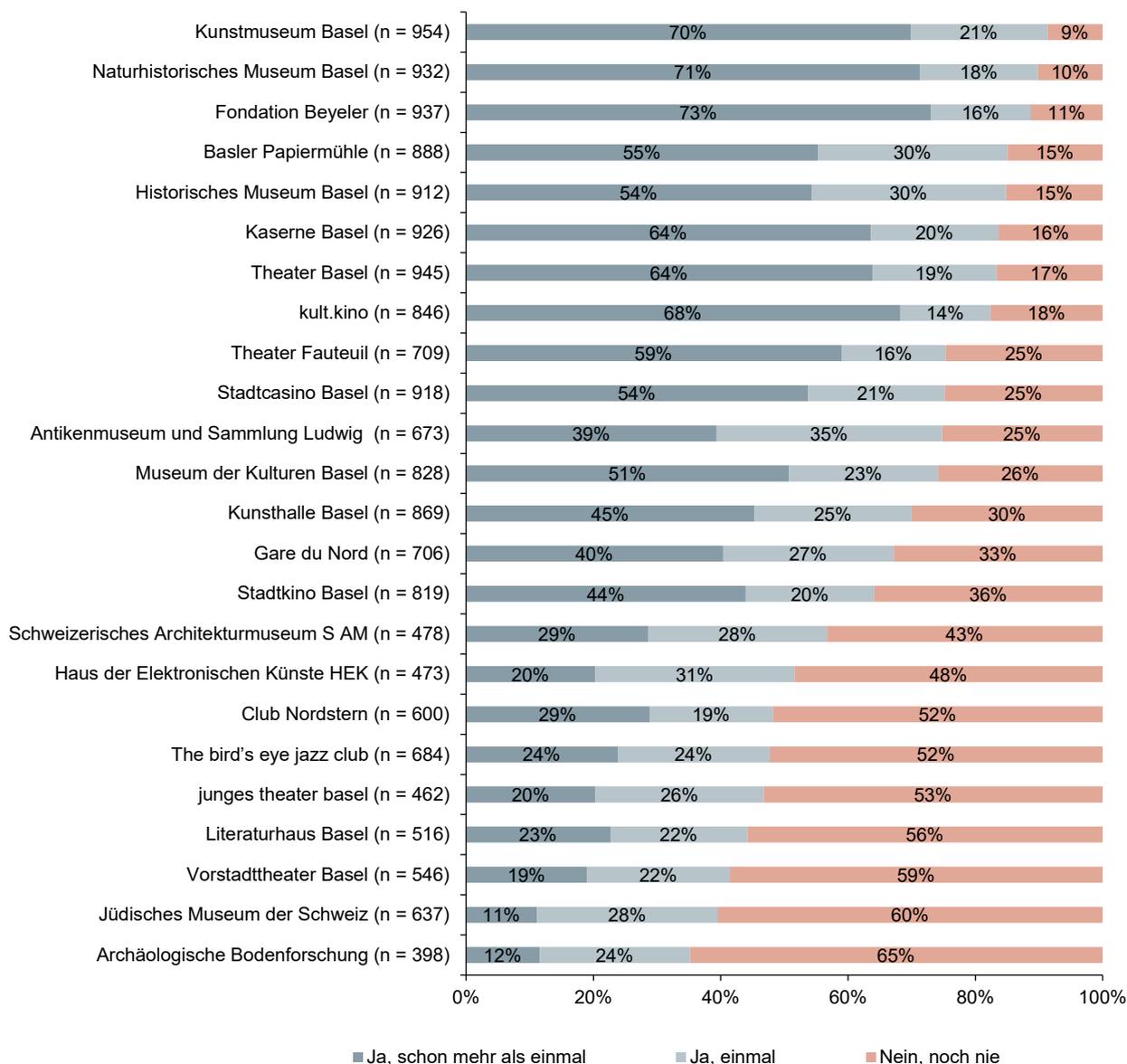
Legende: Die Frage lautete: Sind Ihnen die folgenden Kulturinstitutionen im Kanton Basel-Stadt bekannt, wenn auch nur dem Namen nach? N = 972.

Die Bekanntheit ist insgesamt hoch: Neun Institutionen sind über 90 Prozent der Befragten bekannt. Bei der Bekanntheit zeigen sich folgende Unterschiede bezüglich der Staatsangehörigkeit, dem Bildungsniveau, Alter und Geschlecht:

- *Bekanntheit nach Staatsangehörigkeit:* Hier gibt es insbesondere Unterschiede bei fünf Institutionen, bei welchen die Bekanntheit bei Personen ohne Schweizer Staatsangehörigkeit deutlich unter dem Durchschnitt (Abweichung von mind. 25%) liegt, und zwar bei den folgenden: Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig, Haus der Elektronischen Künste, Literaturhaus Basel, Gare du Nord und Theater Fauteuil.
- *Bekanntheit nach Bildungsniveaus:* Insgesamt weniger gross sind die Unterschiede in der Bekanntheit hinsichtlich Bildungsniveaus der Befragten. Die grössten Unterschiede gibt es hier in der Bekanntheit von Stadtcasino, The bird's eye Jazz Club und dem Literaturhaus, die bei Hochschulabsolventen im Vergleich zu den restlichen Personen überdurchschnittlich gut bekannt sind. Weiter gibt es mit dem Vorstadttheater und dem Theater Fauteuil zwei Institutionen, die bei Personen mit weniger hohem Bildungsabschluss überdurchschnittlich gut bekannt sind.
- *Bekanntheit nach Alter:* Die Mehrheit der Kulturinstitutionen ist bei den über 30-Jährigen etwas bekannter als bei den unter 30-Jährigen. Am grössten ist der Unterschied beim Club Nordstern zu beobachten. Diesen kennen 81 Prozent der 18- bis 29-Jährigen (gegenüber 62% in allen Altersgruppen)
- *Bekanntheit nach Geschlecht:* Grössere geschlechterspezifische Unterschiede (über 10% Abweichung) sind nur beim Literaturhaus Basel und beim Vorstadttheater Basel festzustellen. Beide Institutionen sind bei den Frauen bekannter als bei Männern.

Die Personen, welche die vorgelegten Institutionen kennen, wurden auch danach gefragt, ob sie diese bereits einmal besucht haben. Darstellung D 3.2 zeigt die Ergebnisse.

D 3.2: Besuch Institutionen



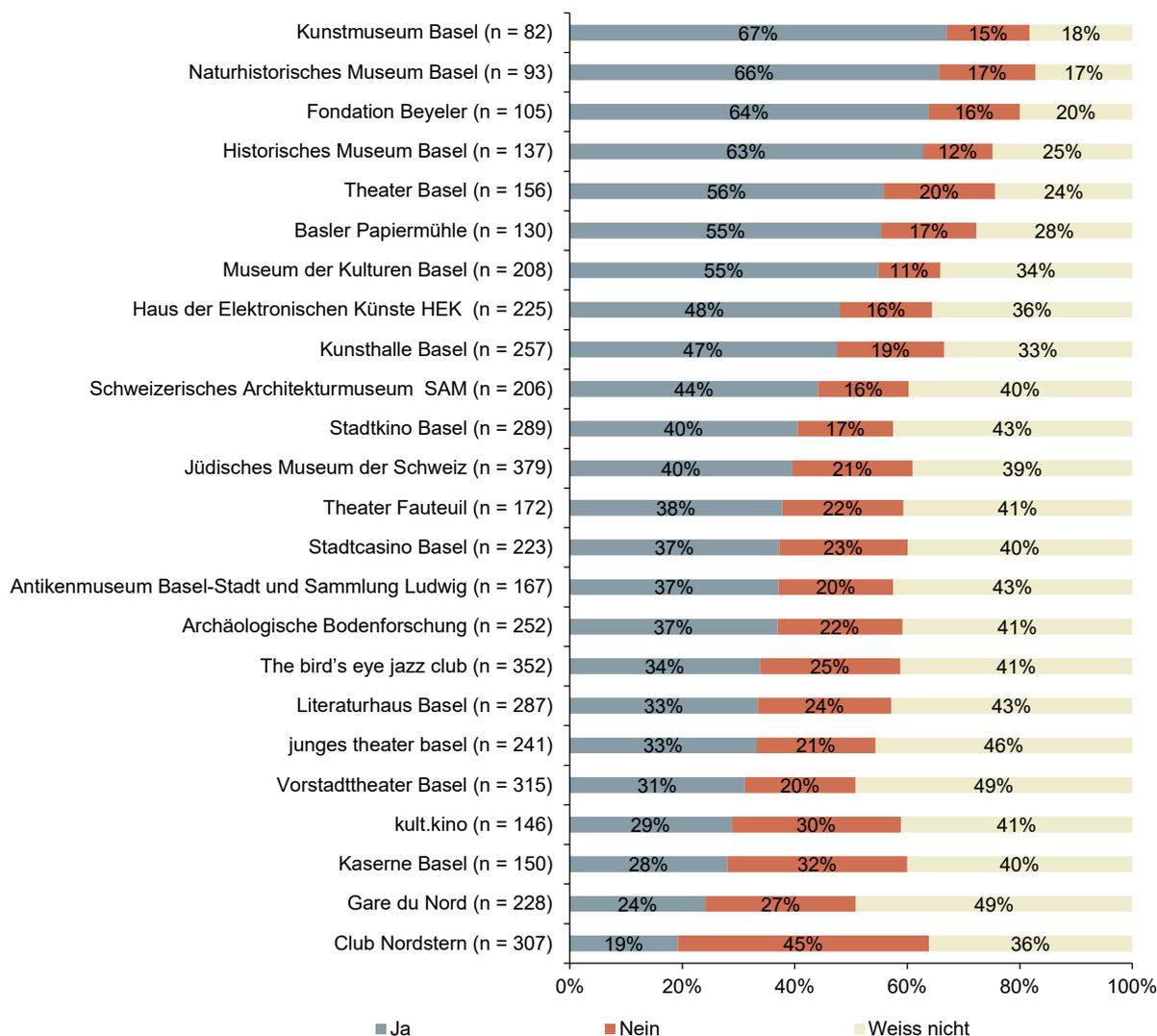
Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Haben Sie die folgenden Kulturinstitutionen im Kanton Basel-Stadt schon einmal besucht?

Die grössten Publikumsmagnete für Basler/-innen sind gemäss der Befragung zum Kulturleitbild das Kunstmuseum Basel, das Naturhistorische Museum Basel und die Fondation Beyeler, wobei über 70 Prozent der Befragten diese Institutionen sogar schon mehr als einmal besucht haben. Bei den Nennungen zur Archäologischen Bodenforschung ist zu vermuten, dass für viele der Befragten nicht klar war, dass damit der Besuch der Archäologischen Informationsstellen (Infotafeln zu Originalschauplätze der Stadtgeschichte)⁴³ gemeint war. In der Befragung wurde auch das Interesse erhoben, eine oder mehrere der genannten Institutionen in Zukunft noch zu besuchen, falls dies bisher noch nicht der Fall war. Darstellung D 3.3 zeigt hierzu die Ergebnisse.

⁴³ Vgl. <https://www.bs.ch/pd/kultur/museen-und-anderedienststellen/archaeologie/vermittlung/info-stellen>, Zugriff am 12.09.2024.

D 3.3: Besuch Institutionen in der Zukunft (falls noch nicht besucht)



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

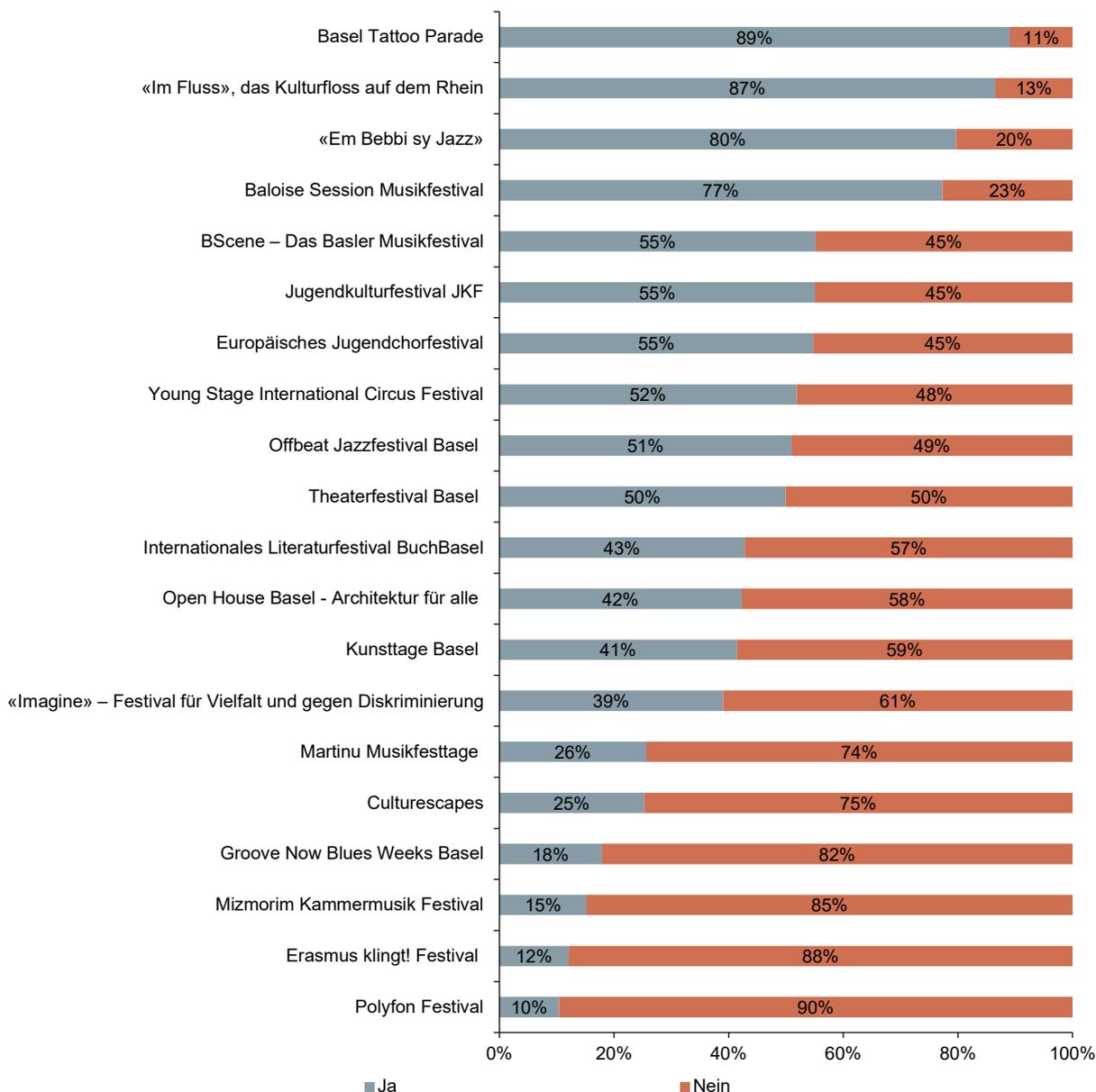
Legende: Die Frage lautete: Haben Sie vor, die folgenden Kulturinstitutionen in der Zukunft einmal zu besuchen?

Ein grösserer Teil der Befragten gibt an, die Institutionen einmal besuchen zu wollen. Nur beim Club Nordstern, der Gare du Nord, der Kaserne Basel und dem kult.kino liegt der Anteil der Personen ohne zukünftige Besuchsabsicht unter dem Anteil derer, die einen Besuch vorhaben.

3.2 Bekanntheit und Besuch von Festivals

Analog zu den ausgewählten Institutionen wurde den Befragten eine Liste von 20 Festivals präsentiert, die im Kanton Basel-Stadt stattfinden. Die beiden kommerziellen Festivals Basel Tattoo und Baloise Session erhalten spezifische Unterstützung für die gemeinnützigen Angebote und die Baloise Session zudem einen Marketingbeitrag des Standortmarketings. Das Literaturfestival ist zusammen mit dem Literaturhaus Basel Teil des Leistungsspektrums des Vereins Literatur Basel, der ebenfalls einen Staatsbeitrag erhält. Die weiteren 17 abgefragten Festivals werden via Swisslos-Beiträge gefördert. Die folgende Darstellung D 3.4 zeigt, wie bekannt diese Festivals sind.

D 3.4: Bekanntheit Festivals



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Sind Ihnen die folgenden Festivals im Kanton Basel-Stadt bekannt, wenn auch nur dem Namen nach?
N = 951.

Gemäss Befragung sind die folgenden vier Festival am bekanntesten: Die Basel Tattoo Parade, das Kulturfloss auf dem Rhein, «Em Bebbi sy Jazz» und die Baloise Sessions. Am anderen Ende der Skala stehen eine Reihe von Festivals, die der grössere Teil der Befragten nicht kennt. Auch hier lassen sich teilweise Unterschiede bezüglich Bildungsniveaus, Staatsangehörigkeit und Alter feststellen:

- *Bekanntheit nach Bildungsniveaus:* Die Unterschiede zwischen Personen mit unterschiedlichen Bildungsabschlüssen sind grundsätzlich nicht sehr gross. Aber auch hier gibt es Festivals, die bei Hochschulabsolventen/-innen überdurchschnittlich bekannt sind (Open House Basel) und solche Festivals, die Personen ohne Hochschulabschluss besser kennen (Jugendkulturfestival JKF, Young Stage International Circus Festival).

- *Bekanntheit nach Staatsangehörigkeit:* Generell grössere Unterschiede gibt es bezüglich der Variable Staatsangehörigkeit. Alle abgefragten Festivals sind Personen mit Schweizer Staatsangehörigkeit besser bekannt als Personen ohne einen Schweizer Pass.
- *Bekanntheit nach Alter:* Auch bei den Altersgruppen zeigen sich Unterschiede. Die bekanntesten Festivals (Basel Tattoo Parade, Kulturfloss auf dem Rhein, «Em Bebbysy Jazz», Baloise Sessions) sind einem grösseren Anteil der über 30-Jährigen bekannt als bei den Jüngeren. Bei den unter 29-Jährigen sind drei Festivals überdurchschnittlich bekannt: das Jugendkulturfestival JKF, das Polyfon Festival und «Imagine».

Die kantonale Bevölkerung wurde zudem um die Nennung von weiteren Musikfestivals in Basel, die in der Liste nicht aufgeführt waren, gebeten. Die am häufigsten genannten Festivals sind (ab 5 Nennungen) in der folgenden Darstellung D 3.5 in absteigender Reihenfolge aufgeführt. Die Liste gibt Hinweise auf die Vielzahl der Festivals sowie auf die inhaltlich heterogene Festivallandschaft in Basel.

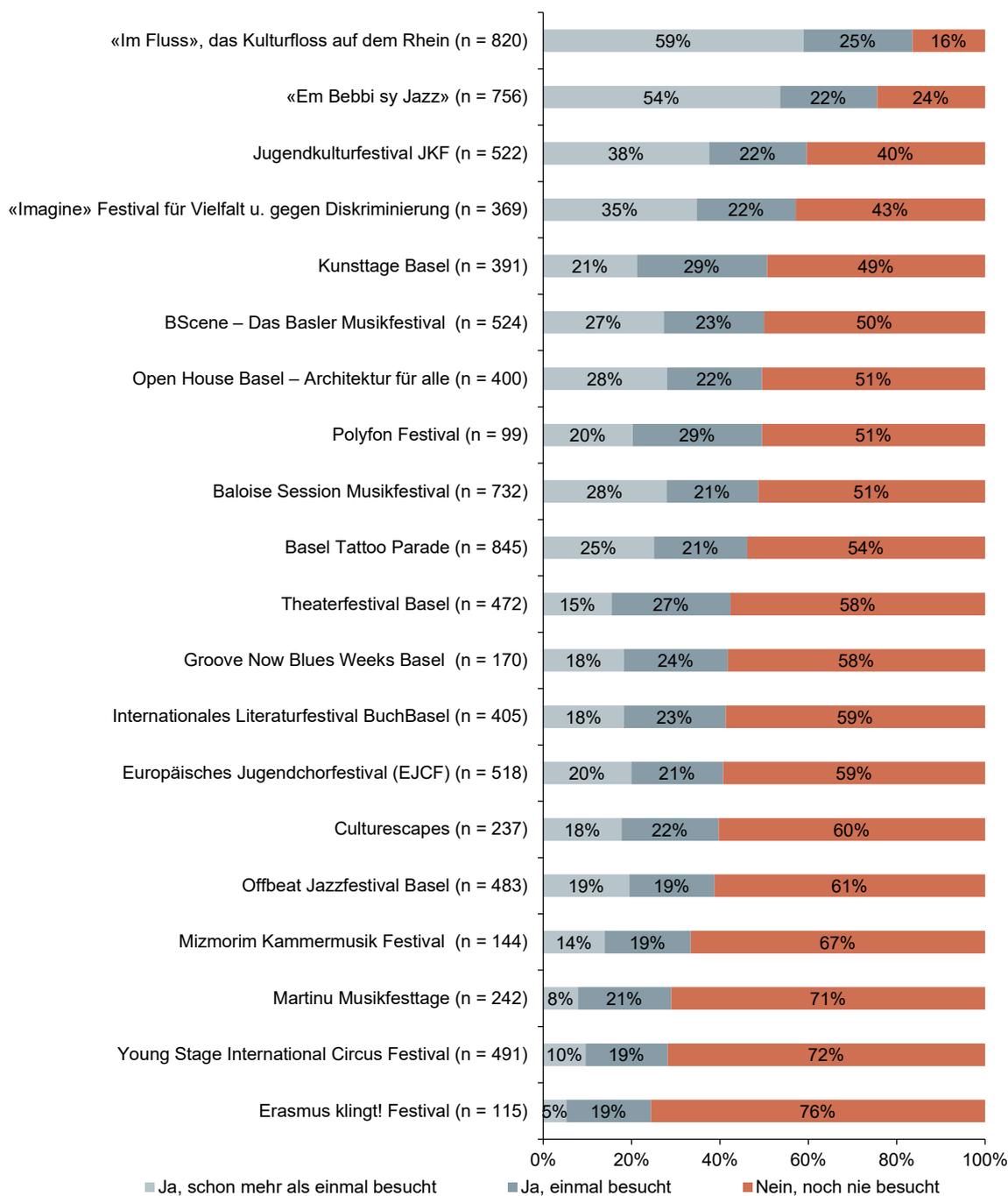
D 3.5: Nennungen zu weiteren bekannten Musikfestivals

<i>Festival</i>	<i>Anzahl Nennungen</i>
Jungle Street Groove	29
Pärkli Jam Festival	27
HillChill Festival	20
Summerblues Basel (Glaibasler Bluesfescht)	18
Beat on the Street	17
Summerstage Basel	13
Tension Festival	11
Stimmen Festival	10
sun.set Fondation Beyeler	9
Fasnacht	6
Horb'Air Festival	5
Interfinity Festival	5

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

In der Befragung zum Kulturleitbild wurde danach gefragt, welche Festivals schon besucht worden sind. Diese Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die angaben, das Festival zu kennen. Darstellung D 3.6 zeigt die Ergebnisse.

D 3.6: Besuch Festivals



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Haben Sie die folgenden Festivals im Kanton Basel-Stadt schon einmal besucht?

Die fünf Festivals, die am häufigsten besucht wurden, sind solche, die (zumindest weitgehend) ohne den Kauf eines Tickets zugänglich sind. Es fällt aber auf, dass auch kostenpflichtige Festivals, wie BScene, die Baloise Sessions oder das Polyfon Festival, von rund 50 Prozent der Personen, die das jeweilige Festival kennen, bereits besucht worden sind.

In einer weiteren Frage wurden die befragten Personen darum gebeten, aus allen bereits besuchten Festivals eines auszuwählen, das ihnen besonders gefallen hat. Dabei wurden

mit Ausnahme zweier Festivals (die auch vergleichsweise weniger bekannt sind und weniger besucht wurden) alle aufgeführten Festivals von mindestens fünf Personen genannt. Am häufigsten wurden die beiden Festivals genannt, die auch am häufigsten besucht wurden und gratis im öffentlichen Raum stattfinden: «Im Fluss», das Kulturfloss auf dem Rhein und «Em Bebbi sy Jazz»

Über alle Festivals hinweg wurden die Vielfalt, die Atmosphäre und die Qualität des Angebots am häufigsten hervorgehoben. Zusammengefasst schätzen die Befragten gemäss den Kommentaren in der Befragung an den einzelnen Festivals Folgendes.

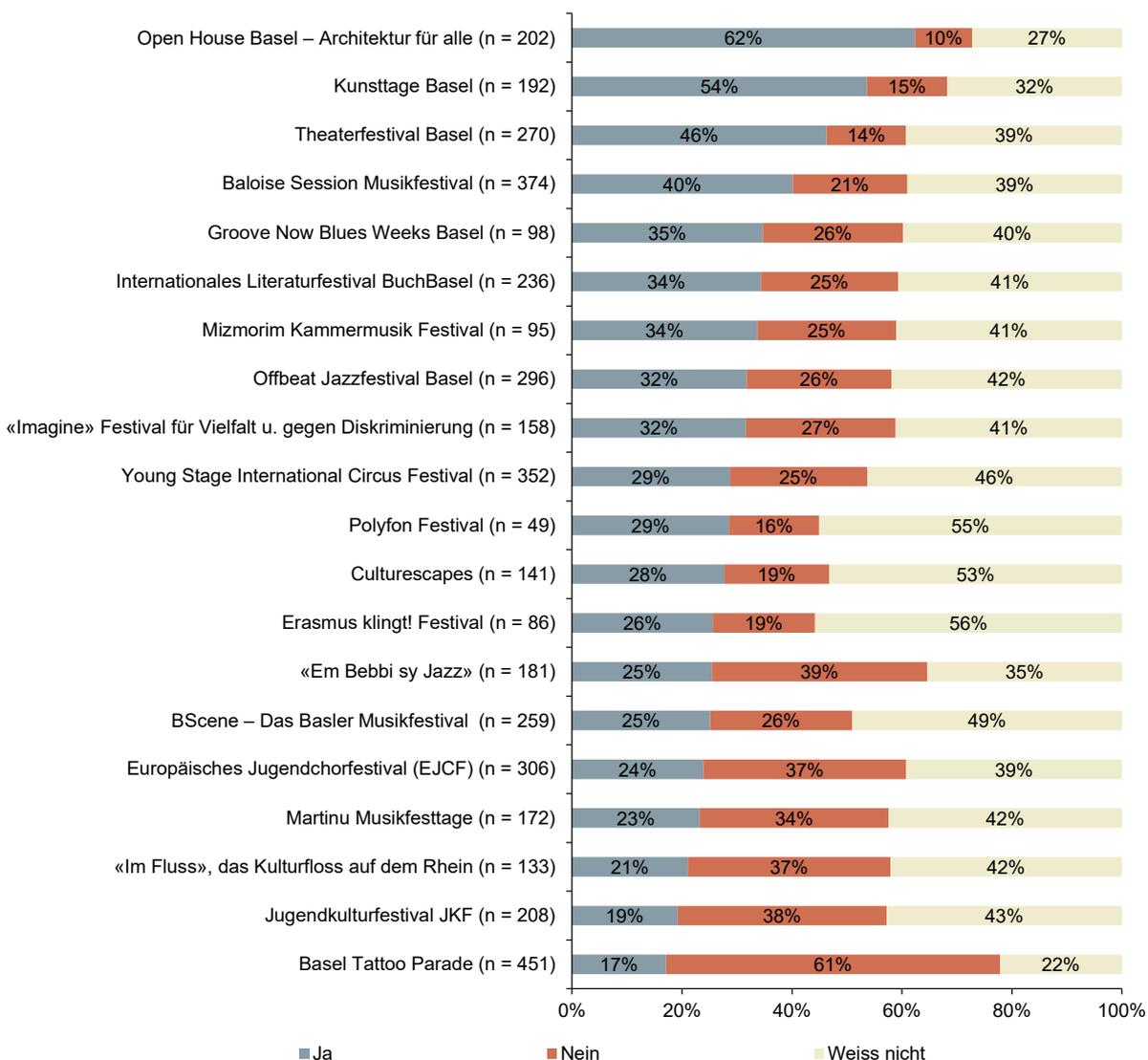
D 3.7: Festivals, die besonders gut gefallen haben

<i>Festival, das besonders gut gefallen hat</i>	<i>Zusammenfassung der Begründungen</i>
BScene – Das Basler Musikfestival	Vielfalt, Entdecken neuer Bands, regionales Musikschaffen, Location
Groove Now Blues Weeks Basel	Hohe musikalische Qualität, Stimmung
«Im Fluss», das Kulturfloss auf dem Rhein	Atmosphäre, Stimmung, Location am Rhein, Kein Eintritt, Vielfalt, Auswahl Künstler/-innen, Zugänglichkeit
«Em Bebbi sy Jazz» (Festival)	Stimmung, über die Stadt verteilt, belebte Innenstadt, verschiedene Standorte, breite Musikauswahl, vielfältige Bands, Durchmischung der Besucher/-innen, Spontanität, kein Eintritt
Basel Tattoo Parade	International, Stimmung, verschiedene Kulturen und Nationen, Lichteffekte, Dudelsackspieler, gute Organisation, Show
Baloise Session Musikfestival	Sehr gute Künstler/-innen, Ambiente, intime Atmosphäre
Offbeat Jazzfestival Basel	Vielfalt, internationale Künstler/-innen
Mizmorim Kammermusik Festival	Professionalität, Vielfalt, Entdeckungen
Jugendkulturfestival JKF	Diversität, Atmosphäre, Angebot für Jugendliche, kein Eintritt, Lebendigkeit
Polyfon Festival	Stimmung, gute Bands
Europäisches Jugendchorfestival (EJCF)	Lebendigkeit, friedliche Stimmung, kultureller Austausch, Miteinander, jung, beschwingt, hohes Niveau
«Imagine» – Festival für Vielfalt und gegen Diskriminierung	Diversität, Botschaft dahinter, Stimmung, niederschwelliger Zugang, gute Musik
Internationales Literaturfestival BuchBasel	Vielfalt des Programms, interessante Lesungen
Theaterfestival Basel	Atmosphäre, Angebot, Aktivitäten
Culturescapes	Diversität, Vielfalt, Kultur anderer Länder
Young Stage International Circus Festival	Innovation, Originalität, gute Leistungen, Stimmung
Open House Basel – Architektur für alle	Einblick in sonst nicht zugängliche Orte, Unbekanntes, gute Organisation, interessante Führungen, Auswahl Gebäude
Kunsttage Basel	Vielfalt, verschiedene Orte, Zusammenarbeit und Vernetzung Kunstschaffende

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Schliesslich wurden die Basler/-innen auch danach gefragt, ob sie Festivals, die sie zwar kennen, aber noch nie besucht haben, in Zukunft gerne einmal besuchen wollen. Darstellung D 3.8 zeigt die Ergebnisse.

D 3.8: Besuch Festivals in der Zukunft (falls noch nicht besucht)



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Haben Sie vor, die folgenden Festivals in der Zukunft einmal zu besuchen?

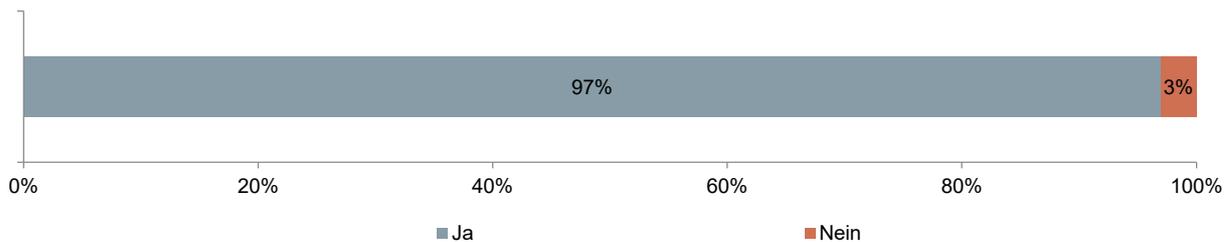
Auf den ersten Plätzen der Wunschliste für einen zukünftigen Besuch stehen interessanterweise drei Festivals ausserhalb des Bereichs der Musik. Dies ist vermutlich dem Umstand geschuldet, dass die Musikfestivals sehr viel spezifischeres Publikum anziehen, als dies beispielsweise für Open House Basel oder die Kunsttage Basel der Fall ist und die – anders als ein zentrales Festival – an verschiedenen Orten im Stadtgebiet durchgeführt werden. Entsprechend gibt es auch weniger Personen, die spezifische Musikfestivals in Zukunft besuchen möchten (und dies bisher noch nicht getan haben). Relativ eindeutig ist das Bild zudem bei der Basel Tattoo: Wer die Parade noch nicht besucht hat, hat dies in den meisten Fällen auch in Zukunft nicht vor.

3.3 Spezifische Fragen zur Museumsnacht

Die Veranstaltung Museumsnacht ist das grösste Event, das jährlich von der Abteilung Kultur durchgeführt wird. Aus diesem Grund wurde dieser Veranstaltung in der Befragung zum Kulturleitbild ein eigener Frageblock gewidmet.

Die Bekanntheit der Museumsnacht bei den Baslern/-innen ist sehr hoch, wie die folgende Darstellung D 3.9 zeigt.

D 3.9: Bekanntheit Museumsnacht

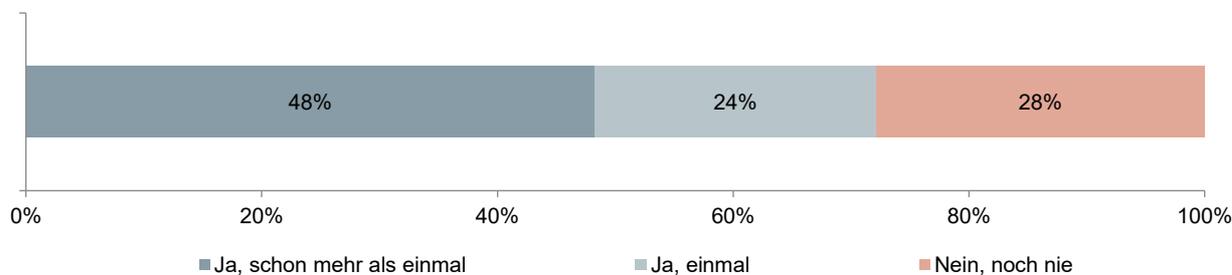


Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Haben Sie schon einmal von der Museumsnacht Basel gehört? N = 884

Nur 3 Prozent der Befragten geben an, noch nie von der Museumsnacht gehört zu haben. Die Ergebnisse bezüglich des Besuches der Museumsnacht finden sich in Darstellung D 3.10.

D 3.10: Besuch Museumsnacht

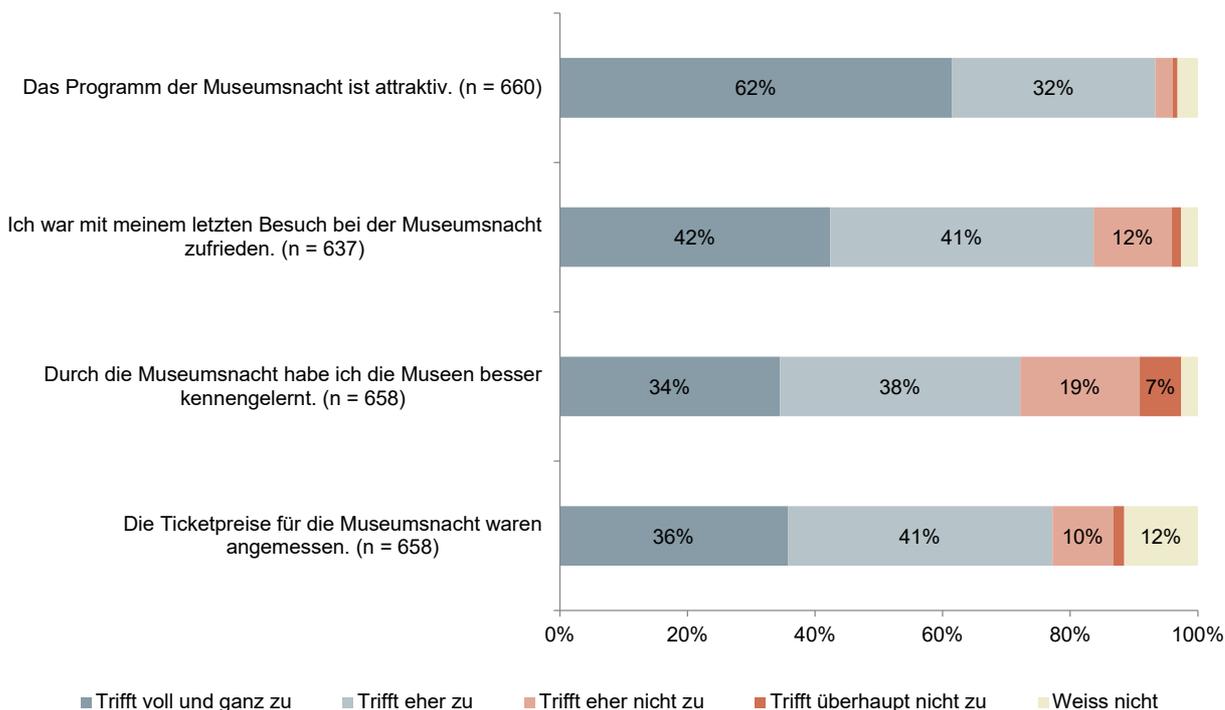


Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Waren Sie schon einmal bei der Museumsnacht Basel? N = 916.

Über 70 Prozent der Befragten waren schon einmal bei der Museumsnacht, der grössere Teil davon sogar mehr als einmal. Darstellung D 3.11 zeigt, wie sich die Befragten zur Museumsnacht geäussert haben.

D 3.11: Beurteilung Museumsnacht



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

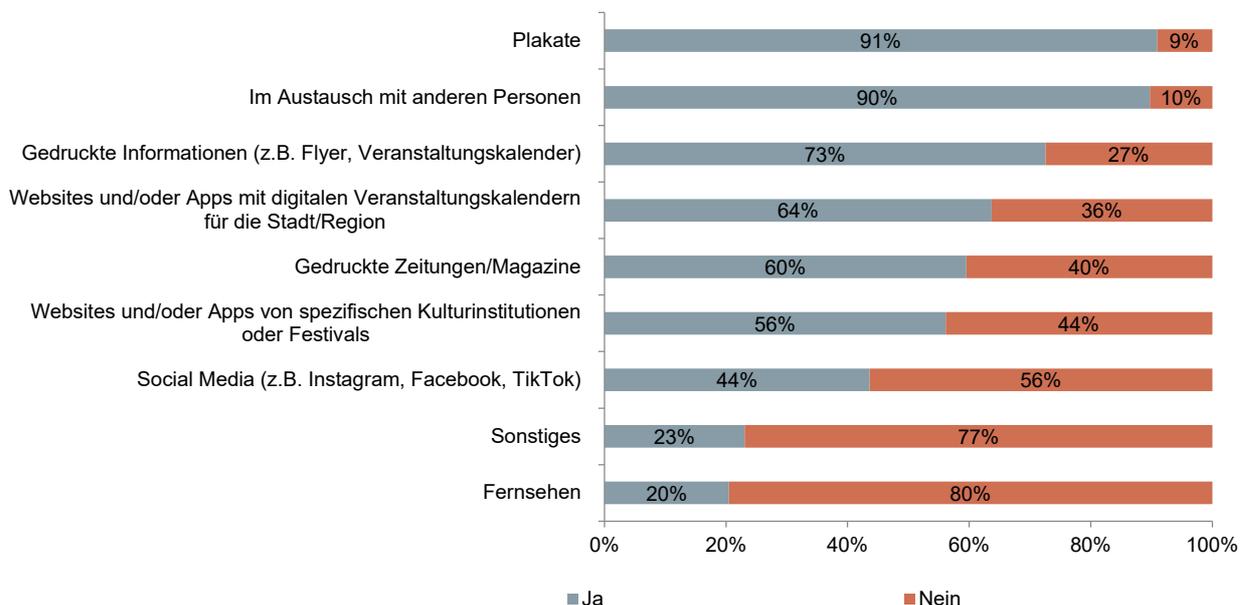
Grossmehrheitlich empfinden die Befragten das Programm als attraktiv und sie sind mit ihrem letzten Besuch bei der Museumsnacht zufrieden. Auch die Ticketpreise⁴⁴ erachten fast 90 Prozent angemessen oder eher angemessen. Eine Mehrheit der Befragten gibt an, die Museen durch den Besuch besser kennengelernt zu haben, für 26 Prozent der Befragten ist dies hingegen nicht oder eher nicht der Fall.

3.4 Informationskanäle

Die Bevölkerung wurde danach gefragt, über welche Wege sie erfährt, was es in Basel und der Region an kulturellem Angebot gibt. Die folgende Darstellung D 3.12 zeigt die Ergebnisse.

⁴⁴ Bei der Museumsnacht im Januar 2024 lag der Vollpreis für ein Ticket bei 24 Franken. Für Personen unter 26 Jahren war der Eintritt frei.

D 3.12: Information über Angebot



Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

Legende: Die Frage lautete: Über welche Wege erfahren Sie davon, was es in Basel und der Region an kulturellem Angebot gibt? N = 937.

Am häufigsten werden Plakate und der Austausch mit anderen Personen als Informationsquellen genannt. Interessant ist dabei die hohe Bedeutung, die Printprodukten beigemessen wird. Knapp zwei Drittel der Befragten nutzen aber auch digitale Veranstaltungskalender wie Websites und Apps (siehe hierzu auch die Auswertungen in Abschnitt 2.3.1).

Unterschiede bezüglich Informationsquellen zeigen sich zwischen den Altersgruppen: Printmedien wie gedruckte Zeitungen und Magazine stellen vor allem für Personen ab 50 Jahren eine zentrale Informationsquelle dar. Nur 30 Prozent der unter 30-Jährigen nutzen Printmedien, im Vergleich zu 78 Prozent der über 50-Jährigen. Andere gedruckte Informationen, Plakate und Websites/Apps werden von allen Altersgruppen etwa gleich häufig genutzt. Wenig überraschend ist, dass jüngere Personen häufiger Soziale Medien als Informationsquelle nutzen (bei den unter 30-Jährigen 73%, bei den 30–49-Jährigen 60%, bei den 50–69-Jährigen 31%, bei Personen über 70 Jahre 9%). Durch das Fernsehen informiert sich vor allem die ältere Generation (52% der über 70-Jährigen).

Knapp ein Viertel der Befragten gibt an, zusätzlich noch andere Informationskanäle zu nutzen. Im Folgenden sind die Ausführungen hierzu ab vier Nennungen präsentiert.

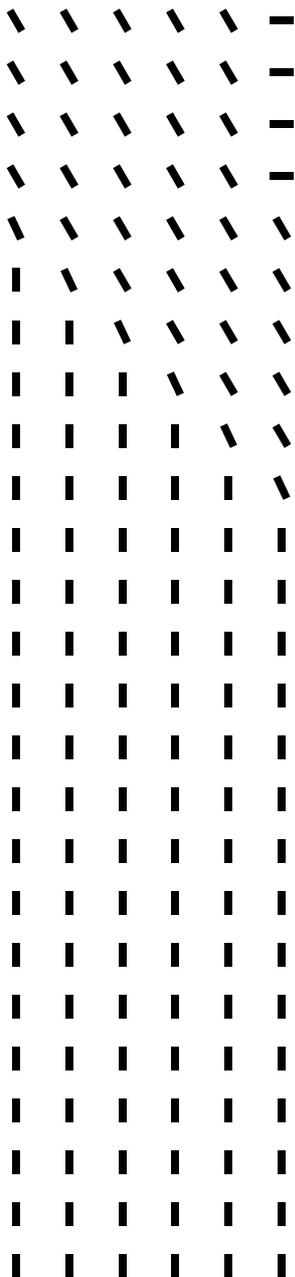
- Newsletter/E-Mails (23 Nennungen)
- Am Arbeitsplatz (15 Nennungen)
- Radio (12 Nennungen)
- Werbung im ÖV/Tram (12 Nennungen)
- Zufällig/beim Vorbeigehen/wenn etwas aufgebaut wird (10 Nennungen)
- Briefe/Einladungen (6 Nennungen)
- Durch Künstler/-innen (5 Nennungen)
- Schule (4 Nennungen)
- Verein/Quartiertreffpunkt (4 Nennungen)

Auch die Interviewpartner/-innen beurteilen die Plakatwerbung immer noch als effektives Instrument, um die lokale Bevölkerung über die kulturellen Angebote zu informieren. Auch Plakatwerbung in Städten ausserhalb des eigenen Kantons sei wichtig, um Besuchende für Kultur nach Basel-Stadt zu locken. Die Museumsnacht wird in den Interviews ebenfalls als wichtiger Event erwähnt, um einer breiteren Öffentlichkeit Zugang zu gewissen Kulturbereichen zu verschaffen und um über das kulturelle Angebot zu informieren. Auch die Möglichkeiten, die Social Media bietet, wird in den Interviews als grosse Chance identifiziert, um Inhalte mittels ansprechender Bildsprache und interaktiver Elemente (wie Umfragen) zu vermitteln. Eine aktuelle Herausforderung ist gemäss den Interviewpartner/-innen, dass sich die Kommunikationskanäle vervielfacht hätten.

3.5 Kommunikation der Abteilung Kultur gegenüber Kunst- und Kulturschaffenden

Die Kommunikation der Abteilung Kultur über ihre Fördertätigkeiten (über den Jahresbericht, die Website, den Newsletter, Social Media usw.) wird von den Interviewten mehrheitlich als sachlich angemessen und professionell beurteilt. Mehrmals positiv wird der Newsletter der Abteilung Kultur hervorgehoben. Der Newsletter wurde während der Corona-Pandemie aufgebaut, um die Szene über die jeweils aktuellen Covid-Bestimmungen zu informieren. Anfang 2024 hatte der Newsletter rund 2'500 Adressaten/-innen und wird pro Jahr vier bis sechsmal versendet. Die Information von Kunst- und Kulturschaffenden von Seiten der Abteilung Kultur seit der Corona-Pandemie sei verbessert worden. Es werde aktiver informiert, beispielsweise zu Ausschreibungen im Kulturbereich. Die Website der Abteilung Kultur wird teilweise als veraltet kritisiert, im Sommer 2024 ist ein Relaunch der Website des Kantons und damit auch der Website der Abteilung Kultur geplant.

Verbesserungspotenzial bei der Information von Kunst- und Kulturschaffenden zu Förder- und Beratungsangeboten identifizieren die Interviewten vor allem im Musikbereich. Erschwerend für die Kommunikation sei, dass die Musiker/-innen im Vergleich zu anderen Sparten weniger gut vernetzt und organisiert seien, so ein Interviewpartner.



4. Schnittstellen und Synergien in der kantonalen Verwaltung im Kulturbereich

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Schnittstellen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen aufgezeigt und mögliches Synergiepotenzial in Bereichen wie der Kommunikation sowie der Kulturförderung identifiziert.

Es gibt zahlreiche Schnittstellen zwischen der Abteilung Kultur und anderen kantonalen Stellen im Bereich der Kulturförderung und der Kommunikation. Im Folgenden werden diejenigen Schnittstellen beschrieben, die von den Interviewten als zentral angesehen werden und es wird aufgezeigt, wo die Interviewten Verbesserungspotenzial bezüglich Zusammenarbeit und Nutzung von Synergien identifizieren. Ebenfalls wichtige Schnittstellen, wie die Förderpartnerschaft mit dem Kanton Basel-Landschaft, die Zusammenarbeit mit Externen für die Museumsnacht und den Kreis Museen Basel sowie die Zusammenarbeit mit externen Stiftungen, waren nicht Teil des Auftrags zum Wirkungsbericht und wurden entsprechend nicht untersucht.

4.1 Zusammenarbeit und Koordination in der kantonalen Verwaltung

Die Interviewten betonen, dass sich die Zusammenarbeit innerhalb der Verwaltung, das heisst von der Abteilung Kultur mit anderen Stellen, inner- wie auch ausserhalb des Präsidialdepartements, sich während der Corona-Pandemie positiv entwickelt hat. Beispielsweise sei während der Corona-Pandemie eine Taskforce Nachtkultur in Basel-Stadt gegründet worden, in der verschiedene Akteure (wie die Polizei, WSU, Abteilung Kultur, Umwelt und Energie usw.) an einem Tisch sassen. Dort sei die Erfahrung gemacht worden, dass Herausforderungen unkompliziert besprochen werden können.

I Innerhalb des Präsidialdepartements

Die Abteilung Kultur ist innerhalb des Präsidialdepartements (PD) mit den anderen Abteilungen gut vernetzt. Auch die Zusammenarbeit zwischen der Abteilung Kultur mit den sieben Dienststellen (Archäologische Bodenforschung, Staatsarchiv, Antikenmuseum und Sammlung Ludwig, Historisches Museum, Kunstmuseum, Museum der Kulturen, Naturhistorisches Museum) funktioniert gemäss den Interviewten gut. Der Austausch läuft sowohl über Einzelgespräche als auch über verschiedene Gremien (bspw. Museumsdirektorenkonferenz), in denen man sich über aktuelle Themen austauscht und konkrete Zukunftsthemen, wie die Einführung eines Vierjahresglobalkredits, bearbeitet. Im Bereich Kommunikation bestehen ebenfalls enge Schnittstellen mit entsprechenden Austauschgremien zwischen der Leitung Kommunikation der Abteilung Kultur, der Kommunikationsstelle des PD und mit den Kommunikationsfachpersonen in anderen Abteilungen des PD (zweimonatliche Kommunikationskonferenz mit allen Kommunikationsverantwortlichen, teilweise unter Einbezug Externer). Eine enge Zusammenarbeit besteht zudem zwischen der Abteilung Kultur und der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing (siehe dazu auch Abschnitt 4.2 zum Synergiepotenzial im Bereich Kommunikation).

Die Interviewten identifizieren innerhalb des PD Verbesserungspotenzial bei der *Koordination und dem gemeinsamen Auftreten der leitenden Akteure des Präsidialdepartements* (Abteilungs- und Dienststellen-/Museumsleitende, allenfalls Departments-externe Stellen wie Denkmalpflege) für kulturpolitische Anliegen innerhalb der Verwaltung und gegenüber der Politik, damit diese mehr Gewicht erhalten und besser berücksichtigt werden (z.B. im Bereich der Digitalisierung). Mehrere Vertretende von Dienststellen äussern den

Wunsch eines verstärkten Austausches innerhalb des PD, um die Bedürfnisse besser zu koordinieren. Ein solcher Austausch würde zudem dazu beitragen, dass die Ziele des Kulturleitbilds bei der Jahresplanung anderer kantonalen Stellen mehr Gewicht erhalten und sich die Dienststellen dem erwarteten Beitrag zur Zielerreichung stärker bewusst würden.

Bedarf an mehr Koordination und Absprache innerhalb des PD identifizieren die interviewten Dienststellen beispielsweise in folgenden Bereichen:

- *Reduktion von Doppelspurigkeiten im administrativen Bereich:* Es besteht die Meinung, dass sich der administrative Aufwand der Dienststellen für das Reporting, die Buchhaltung und das Finanzcontrolling gegenüber verschiedenen Stellen der Verwaltung (z.B. Abteilung Kultur, HR, Finanzkontrolle) in letzter Zeit generell erhöht hat und ähnliche Inhalte in mehreren Gefässen diskutiert werden.
- *Koordination und Kommunikation der Bedürfnisse im Bereich Digitalisierung:* Aus Sicht mehrerer Interviewten könnten die Bedürfnisse und Lösungsansätze im Bereich der Digitalisierung der Kulturakteure (Dienststellen, Museen) durch die Abteilung Kultur noch stärker koordiniert und gegenüber der kantonalen IT-Stelle vertreten werden.
- *Koordination in den Bereichen Kommunikation, Vermarktung und Vermittlung:* Koordinationsbedarf bei den Dienststellen sehen die Interviewten beispielsweise bei der Planung von gemeinsamen Social-Media-Auftritten, bei der Konzeption und Vermittlung gemeinsamer Ausstellungsthemen und Vermittlungsansätze oder bei der Koordination der Bedürfnisse gegenüber Stellen wie Basel Tourismus (siehe dazu auch Abschnitt 4.2.)
- *Nutzung von Synergien im Bereich der kulturellen Teilhabe und Partizipation sowie der Integrationsförderung:* Mehrere Interviewte wünschen sich einen stärkeren Austausch der Abteilung Kultur und anderer kulturellen Stellen und Institutionen in den Bereichen der kulturellen Teilhabe und Partizipation, der Integrationsförderung und der Förderung des Zusammenlebens oder bei der Entwicklung und Erschliessung von Kulturräumen und kulturellen Nutzungen im Rahmen der Stadt- und Quartierentwicklung. Nach Auskunft der Abteilung Kultur ist bereits ein enger Austausch mit der Abteilung Gleichstellung und Diversität etabliert (siehe kulturbezogene Ziele im Gleichstellungsplan des Kantons⁴⁵).

■ Ausserhalb des Präsidialdepartements

Wichtige Schnittstellen und Synergien der Abteilung Kultur werden auch mit kantonalen Stellen ausserhalb des eigenen Departements identifiziert. In den Interviews wurden insbesondere die folgenden genannt:

- *Mit der kantonalen Denkmalpflege bei Infrastrukturprojekten und bei der Kommunikation und Vermittlung:* Der Austausch der Abteilung Kultur mit der kantonalen Denkmalpflege funktioniert gemäss den Befragten sehr gut – auch dank dem Einbezug der Denkmalpflege in Gremien wie der erweiterten Museumsdirektorenkonferenz. Die Koordination mit der Denkmalpflege ist insbesondere im Rahmen der Infrastruktur-/Bauprojekte zentral. Positiv beurteilt wird auch der Austausch und die Kooperation mit der Dienststelle Archäologische Bodenforschung, beispielsweise bei den Ausgrabungen Freie Strasse. Als zentral wird das Sicherstellen eines frühzeitigen Austausches des Bau- und Verkehrsdepartements (im Lead bei Bauprojekten) mit der Abteilung Kultur, der kantonalen Denkmalpflege sowie der Dienststelle Archäologischen Bodenforschung im Rahmen von Bauprojekten und -abläufen beurteilt; dies, um bereits auf Ebene Vorprojekt allfällige Zielkonflikte und mögliche Lösungsansätze

⁴⁵ Vgl. <https://www.diversitaet.bs.ch/gleichstellung/Gleichstellungsplan.html>, Zugriff am 20.8.2024.

diskutieren zu können. Zudem identifizieren die Interviewten Synergiepotenzial mit der Denkmalpflege bei der Kulturvermittlung sowie der gemeinsamen Kommunikation und -vermarktung (z.B. bei Publikationen).

- *Mit dem Erziehungsdepartement (ED) und der Musik-Akademie im Bereich Kulturvermittlung:* Gemäss Aussagen mehrerer Interviewten könnte die Zusammenarbeit mit den Zuständigen der Vermittlung im ED sowie mit der Musik-Akademie (Teil der FHNW) noch verstärkt werden. Synergiepotenzial wird darin gesehen, gemeinsam zu überlegen, wie man junge Menschen nachhaltig an die Kultur heranzuführen und wie Lehrpersonen bei der Kulturvermittlung unterstützt werden können (z.B. im Rahmen von Lehrerweiterbildungen, Bereitstellen von pädagogischer Expertise bei der Kulturvermittlung durch geförderte Institutionen, Vermittlung Neue/Populäre Musik in Schulen). Zudem sind einige Interviewte der Meinung, dass die Förderinstrumente/-kriterien des ED im Bereich Kulturvermittlung zu wenig bekannt und transparent sind und noch besser mit der Kulturvermittlung der Abteilung Kultur abgestimmt sein könnte.
- *Mit dem Amt für Umwelt und Energie im Bereich behördlicher Auflagen:* Für einige der Interviewten von Kulturinstitutionen ist das Amt für Umwelt und Energie (insb. Die Abteilung Lärmschutz) zentral, wenn Bewilligungen für öffentliche Kulturveranstaltungen eingeholt werden müssen. Die Interviewten sehen ein Verbesserungspotenzial darin, die behördlichen Auflagen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die für Kulturveranstalter gelten, transparenter zu gestalten und niederschwelliger zu kommunizieren. Insbesondere für kleinere Betriebe und für unerfahrenere Kulturschaffende sei es schwierig, schnell die richtige Unterstützung zu erhalten. Es wird der Wunsch geäussert, dass die Abteilung Kultur sich hier mehr für die Anliegen der Kulturveranstalter einsetzt.
- *Mit dem Swisslos-Fonds Basel-Stadt (Justiz- und Sicherheitsdepartement) im Bereich der Kulturförderung:* Es besteht eine enge Zusammenarbeit zwischen der Abteilung Kultur und dem Swisslos-Fonds als wichtiges Kulturfördergefäss. Gemeinsame Förderziele oder ein Förderprogramm mit der Abteilung Kultur gibt es jedoch bisher nicht. Die Abstimmung mit den förderpolitischen Schwerpunkten im Kulturleitbild sei insbesondere durch das Einholen des fachlichen Mitberichts bei der Abteilung Kultur bei Swisslos-Gesuchen gewährleistet. Die geplante Erarbeitung eines Festivalkonzepts und entsprechender Förderkriterien wird als wichtige Massnahme gesehen, um gemeinsame Förderschwerpunkte zu etablieren. In den Interviews wird mehrfach eine noch stärkere Abstimmung im Bereich der Kulturförderung sowie eine gewisse Vereinheitlichung der Förderkriterien zwischen Swisslos-Fonds und der Kulturförderstellen BS und BL gewünscht (z.B. im Bereich Musik). Aus Sicht einiger Interviewten wäre es zudem interessant, nicht nur für Festivals, sondern auch für andere Bereiche zu prüfen, wie eine Abstimmung auf übergreifender Ebene noch besser gelingen kann (z.B. gemeinsame Förderschwerpunkte im Bereich der Förderung von Ensembles/Orchester-Konzerte).
- *Mit Basel Tourismus im Bereich Kommunikation und Vermarktung:* Gemäss den Interviewten finden ein regelmässiger Austausch und punktuelle Kooperationen der Abteilung Kultur mit Basel Tourismus statt. Ein Beispiel für eine solche Zusammenarbeit ist das Herausbringen eines Magazins für die Art Basel (Bebbi Zine), um die lokale Kulturszene bei den Besuchern/-innen bekannter zu machen. Zudem hat man gemeinsam eine Netzwerkveranstaltung organisiert, um den Wissenstransfer der Kulturschaffenden über Fragen des Standortmarketings zu stärken. Weitere gemeinsame strategische Projekte gibt es bisher nicht. Hier sehen die Interviewten noch Potenzial für eine engere Zusammenarbeit und Synergienutzung, auch unter Einbezug des Standortmarketings (siehe dazu nächster Abschnitt 4.2).

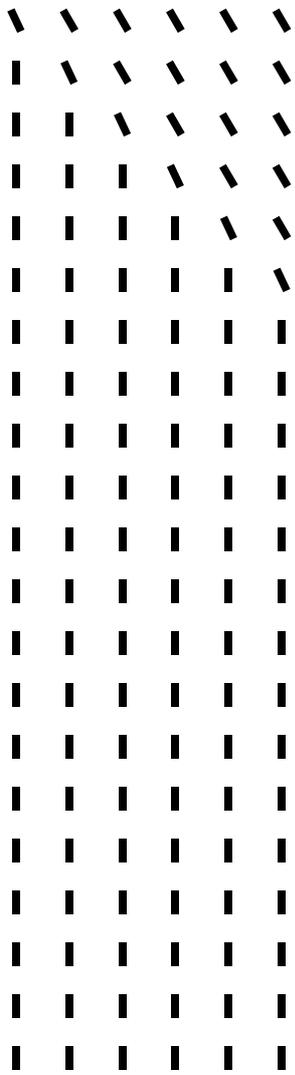
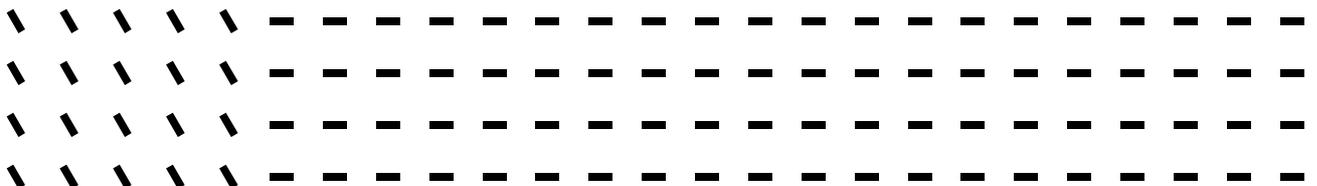
4.2 Synergiepotenzial im Bereich Kommunikation

Wie bereits erläutert, besteht bereits eine gute Zusammenarbeit zwischen der Abteilung Kultur mit der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sowie mit Basel Tourismus, beispielsweise im Bereich Grossveranstaltungen und Festivals. Gemäss den Interviewten wird Kultur im Kanton Basel-Stadt als wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor erkannt und entsprechend in die Kommunikation und Vermarktung eingebaut (siehe dazu auch die Ausführungen in Abschnitt 2.3.1). Die Akteure bewirtschaften jedoch unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Unternehmen, ausländische und Schweizer Touristen, breite Bevölkerung) und Schwerpunkte in der Kommunikation. So würden von Basel Tourismus und der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing vorwiegend grosse und bekannte Kulturinstitutionen und -events in der Vermarktung gegen aussen berücksichtigt, die auch eine touristische Wertschöpfung mit sich bringen.

Die Interviewten sehen beispielsweise in den folgenden Bereichen noch Potenzial für eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den Akteuren Basel Tourismus, der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing sowie der Abteilung Kultur:

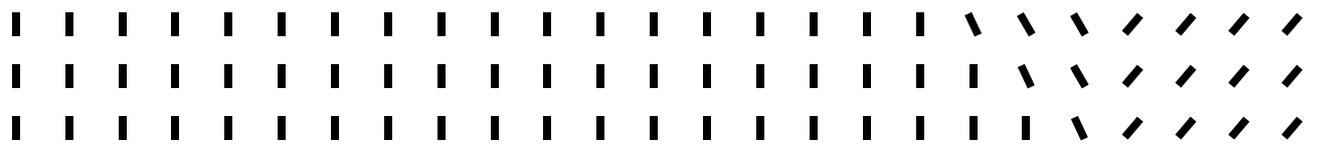
- *Klärung der Zuständigkeiten, Reduktion von Doppelspurigkeiten:* Aus Sicht der Interviewten gilt es, für die Zukunft noch besser zu klären, was die Kernaufgaben und Zuständigkeiten der einzelnen Akteure im Bereich der Kommunikation im Kulturbereich sind und wer welche Zielgruppe mit Informationen zum Kulturangebot abdeckt. Insbesondere werden Doppelspurigkeiten in der Kommunikation geortet. Einzelne Interviewte erachten es nicht als sinnvoll, dass jeder Akteur über einen eigenen Veranstaltungskalender verfügt und man sich gegenseitig konkurrenziert. Hier gelte es, gemeinsam und einheitlich gegen aussen zu kommunizieren, um das kulturelle Angebot bei der breiten Bevölkerung beziehungsweise bei den jeweils relevanten Zielgruppen bekannter zu machen.
- *Konzeption und Umsetzung gemeinsamer Projekte:* Aus Sicht der Interviewten sollte geprüft werden, in welchen Bereichen es Überschneidungen bei den Inhalten und Zielgruppen bei der Kommunikation und Positionierung im Bereich der Kultur gibt (insb. bei der öffentlichen Wahrnehmung der Kulturstadt Basel). Hier sollen entsprechend finanzielle Mittel zusammengelegt und gemeinsame strategische Projekte konzipiert und umgesetzt werden. Ein erstes Pilotprojekt der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing und der Abteilung Kultur hat zum Ziel, das Kulturangebot bei Expats besser bekannt zu machen und zu vermarkten. Potenzial für gemeinsame Ziele wird beispielsweise bei der verstärkten Förderung von inländischem Tourismus über Kulturangebote, bei der Repräsentation der Kulturstadt Basel im Ausland oder beim besseren Sichtbarmachen der Leistungen und Kompetenzen der Kreativitätswirtschaft gesehen.
- *Koordination der Bedürfnisse der einzelnen Dienststellen/Institutionen in der Abteilung Kultur:* Gemäss mehreren Interviewten läuft der Austausch mit Basel Tourismus im Marketing vor allem über die einzelnen Kulturinstitutionen. Hier wird Synergiepotenzial darin gesehen, dass man sich unter den Kulturinstitutionen und mit der Abteilung Kultur besser abspricht bezüglich der Bedürfnisse im Bereich Kommunikation und diese dann gemeinsam an Basel Tourismus übermittelt (siehe auch Abschnitt 4.1). So erachten es beispielsweise die Interviewten als zielführend, bei der Kommunikation des Kulturangebots gegen aussen gezielt auch kleinere Akteure und Institutionen zu berücksichtigen, um das vielfältige Kulturangebot in Basel-Stadt gegen aussen sichtbar zu machen und um die innovative und dynamische Kulturszene Basels zu porträtieren.

Die Interviewten sind der Ansicht, dass es zur besseren Positionierung der «Musikstadt Basel» in der Kommunikation eine gewisse Fokussierung auf einzelne Events und Institutionen mit überregionaler Ausstrahlungskraft nötig ist – nur so würden auch Synergien mit der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing und mit Basel Tourismus genutzt werden können.



5. Empfehlungen zur Erarbeitung und Umsetzung des Kulturleitbilds 2026–2031

In diesem Kapitel sind Empfehlungen für das neue Kulturleitbild 2026–2031 und für dessen Erarbeitung, für eine bessere Abstimmung mit anderen Stellen sowie zum zukünftigen Wirkungscontrolling formuliert.



In diesem Kapitel finden sich basierend auf den durchgeführten Erhebungen (Dokumenten- und Datenanalyse, leitfadengestützte Interviews, Befragung zum Kulturleitbild und Städtevergleich) Empfehlungen zum Aufbau und zur Erarbeitung des Kulturleitbilds 2026–2031 (siehe Abschnitt 5.1), zu einer besseren Abstimmung der Massnahmen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen (siehe Abschnitt 5.2) sowie Hinweise zum Aufbau eines Wirkungscontrolling für das Leitbild 2026–2031 (siehe Abschnitt 5.3). Die Unterstützung bei der Erarbeitung für das prospektive Wirkungscontrolling (mit Wirkungsmodell, Indikatorensets, Methoden) erfolgt als eigener Arbeitsschritt nach Erstellung des vorliegenden Wirkungsberichts und greift auf die hier festgehaltenen Erkenntnisse zurück.

5.1 Empfehlungen zum Aufbau und zur Erarbeitung des Kulturleitbilds 2026–2031

Für die Erarbeitung des Kulturleitbilds 2026–2031 unterscheiden wir zwischen allgemeinen Empfehlungen und Empfehlungen bezüglich des Erarbeitungsprozesses. Zudem halten wir in einer Tabelle fest, welche inhaltlichen Themen in den Interviews als relevant für ein neues Leitbild genannt wurden.

I Allgemeine Empfehlungen

Folgende allgemeine Empfehlungen leiten wir aus dem Wirkungsbericht ab:

- *Leitbild stärker als «Strategie» gestalten und eine klare Vision formulieren:* Wir empfehlen, dass Leitbild stärker im Sinne einer Strategie (mit einer Vision und intendierten Wirkungen) zu formulieren: Wo will der Kulturstandort Basel hin? Wie sieht der Idealzustand in der Zukunft aus?
- *Fokussierung auf weniger, aber zentrale Schwerpunkte und strategische Ziele:* Wir empfehlen, im Leitbild nicht das gesamte Leistungsspektrum der öffentlichen Kulturförderung abzubilden, sondern auf zentrale Schwerpunkte zu fokussieren. Dabei können sowohl Wirkungsziele als auch Leistungsziele formuliert werden.
- *Übersichtlichkeit und Verständlichkeit erhöhen:* Wir empfehlen, die Verständlichkeit und Übersichtlichkeit des Leitbilds zu erhöhen. Bereits eine Nummerierung der Ziele könnte einen Beitrag dazu leisten, dass diese einfach wiedergefunden werden. Ausserdem erachten wir es als zentral, mehr Klarheit bei den Begrifflichkeiten (strategischen Vorgaben, Leitsätzen, Schwerpunkte, übergeordnete Ziele, förderstrategische Ziele, Unterziele) zu schaffen.
- *Separater Massnahmenkatalog und Konkretisierung der Ziele mit ausgewählten Massnahmen:* Das Kulturleitbild sollte aus unserer Sicht nicht mehr alle, sondern lediglich prioritäre und ausgewählte Massnahmen aufführen, die einen Beitrag zur Zielerreichung leisten. Diese Massnahmen dienen dazu, die angestrebten Ziele und die Wege, wie man diese erreichen möchte, zu illustrieren. Die Gesamtheit der Massnahmen sollte in einer separaten Liste geführt werden und für das Massnahmencontrolling verwendet werden. Da es sich um ein Leitbild der Regierung und nicht der Abteilung Kultur handelt, sollten auch Massnahmen, die nicht federführend von der Abteilung

Kultur umgesetzt werden, in der Massnahmenliste aufgeführt werden (mit Zuschreibung der jeweiligen Verantwortlichkeiten). Die Massnahmenliste soll flexibler sein als das neue Leitbild und es erlauben, während der sechsjährigen Laufzeit des Leitbilds Massnahmen zu streichen und hinzuzufügen (systematische rollende Planung). Wir regen an, in einer einfachen Matrix darzustellen, welche Massnahmen einen Beitrag zu welchen Zielen leisten sollen.

- *Prominenter auf Beiträge zur Zielerreichung durch andere Departemente hinweisen:* Wir empfehlen, im Leitbild noch expliziter (bisher auf Seite 9) auf die kulturellen Aktivitäten ausserhalb des Präsidialdepartements, die ebenfalls einen Beitrag zu den strategischen Zielen leisten können, hinzuweisen. Die Stadt Zürich tut dies beispielsweise in ihrem Kulturleitbild 2024–2027 in einem eigenen Abschnitt «Kultur in anderen Departementen».
- *In Kommunikation des Leitbilds investieren:* Wir empfehlen, eine einfache, visuell ansprechende Übersicht zum Leitbild/den strategischen Zielen zu schaffen, die für die digitale und analoge Kommunikation genutzt werden kann. Damit könnte die Bekanntheit des Leitbilds – innerhalb der Verwaltung, der Politik und bei Kulturakteuren – gesteigert werden.

I Empfehlungen zum Erarbeitungsprozess

Für die Erarbeitung des Leitbilds 2020–2025 wurde eine Umfrage mit einem offenen Link durchgeführt, an der sich insbesondere Kulturakteure beteiligt haben. Zudem fand im Juni 2018 eine Fachtagung mit rund 120 eingeladenen Akteuren/-innen aus der Kulturszene statt. Ausserdem wurden interne Workshops in der Abteilung Kultur und gezielte Besprechungen mit anderen Verwaltungsstellen und privaten/öffentlichen Förderpartnern/-innen zu einzelnen Schwerpunkten und Handlungsfeldern durchgeführt. Schliesslich fand eine öffentliche Vernehmlassung zum Entwurf des Kulturleitbilds statt.

Anders als damals kann sich der Kanton 2024 auf die im vorliegenden Wirkungsbericht aufgeführten Ergebnisse einer Befragung zum Kulturleitbild sowie auf die qualitativen Interviews mit ausgewählten Kulturakteuren/-innen stützen. Zudem liegen eine Reihe von Evaluationen zu Förderformaten und Betriebsanalysen ausgewählter Institutionen vor. Wir denken deshalb, dass eine erneute Befragung von Kulturakteuren/-innen nicht zwingend notwendig ist. Hingegen empfehlen wir Folgendes.

- *Durchführung einer Strategiewerkstatt:* Wir empfehlen die Durchführung einer Strategiewerkstatt mit eingeladenen Kulturakteuren/-innen und Förderpartnern/-innen. Ziel der Werkstatt ist es, unter Einbezug der relevanten Akteure/-innen strategische Schwerpunkte zu erarbeiten und zu priorisieren sowie zentrale Massnahmen zu konzipieren. Ausserdem sollen die Resultate des Wirkungsberichts aufgezeigt werden. Ähnlich wie bei der Fachtagung von 2018 ist dabei mit 100 bis 150 Teilnehmenden zu rechnen. Wir regen an, auch andere Verwaltungsstellen bei der Durchführung der Werkstatt einzubeziehen (z.B. Swisslos-Fonds, Denkmalpflege).
- *Durchführung von Fokusgruppen:* Die kulturelle Teilhabe gewisser Bevölkerungsgruppen am Kulturleben ist gering. So hat auch die Befragung zum Kulturleitbild vergleichsweise wenig Einschätzungen von Personen mit tieferen Bildungsabschlüssen und von Personen mit Migrationsgeschichte abholen können. Falls die Zugänglichkeit der Kultur für alle erneut ein Schwerpunkt im Leitbild sein soll, empfehlen wir, zur Erarbeitung des Leitbilds, zur Konkretisierung spezifischer Zielsetzungen und/oder zur Konzeption zentraler Massnahmen die Bedürfnisse von spezifischen Bevölkerungsgruppen, die eher wenig Kontakt mit dem Kulturleben in Basel haben, im Rahmen von Fokusgruppen abzuholen. Dies könnte auch in Zusammenarbeit mit der Abteilung Gleichstellung und Diversität oder mit Vereinen geschehen.

- *Einbezug Stiftungen/philanthropischer Sektor:* Der Wirkungsbericht zeigt die Bedeutung privater und öffentlicher Stiftungen, aber auch die Bedeutung privater Akteure für die Kultur auf. Wir regen an, diesen Bereich mit einem geeigneten Gefäss in den Prozess der Erarbeitung des Leitbilds einzubeziehen.
- *Verantwortung übernehmen und Erwartungsmanagement betreiben:* Wir weisen darauf hin, dass Mitwirkung zwar wichtig ist, um ein breit abgestütztes Kulturleitbild zu erarbeiten, eine zu grosse Berücksichtigung individueller Interessen aber auch zu einer Verwässerung von Strategiedokumenten führen kann. Deshalb muss von Seiten Kanton klar ausgedrückt werden, dass die Verantwortung für die Auswahl strategischer Schwerpunkte beim Kanton liegt und ein entsprechendes Erwartungsmanagement betrieben werden.
- *Seminar zum Stand der Umsetzung:* Nach dem Vorbild der Stadt Genf empfehlen wir, jährlich ein Seminar zum Stand der Umsetzung des Leitbilds durchzuführen, zu dem neben der Abteilung Kultur auch andere Verwaltungsstellen/Vertretende anderer Departemente eingeladen sind.
- *Kommunikation gegenüber Politik:* Bei der Kommunikation des Leitbilds und der Massnahmen sind immer auch die zentralen politischen Akteure (Parlament, BKK) mitzudenken und Bezug auf laufende/geplante politische Geschäfte zu nehmen.

I Hinweise zu möglichen Zielen/Themen

In den Interviews zum Wirkungsbericht wurde auch nach inhaltlichen Inputs für die Erstellung eines neuen Leitbildes gefragt. Die folgende Darstellung D 5.1 führt eine Sammlung von Antworten hierzu auf und liefert Hinweise für den möglichen Inhalt des neuen Leitbilds. Wir verzichten dabei darauf, eine Priorisierung vorzunehmen.

D 5.1: Hinweise aus den Interviews zu möglichen Zielen und Themen für ein neues Leitbild

Positionierung als Museumsstadt respektive als Kunst- Architekturstadt weiterverfolgen, da grosse Stärke Basels.

Basel noch stärker als Architekturstadt positionieren.

Klarer definieren, was mit Musikstadt gemeint ist, falls hier ein Ziel weiterverfolgt wird. Leuchttürme bezüglich Musikstadt festlegen und stärken.

In der Positionierung neue Schwerpunkte bei Club-/Nachtkultur oder Jugend-/Nachwuchs- oder Alternativkultur setzen. Umsetzung der Trinkgeld-Initiative reflektieren, Learnings und nächste Schritte definieren.

Digitale Kultur/KI in der Kultur und Innovationsförderung als Themen stärker aufnehmen, Basel als Kompetenzzentrum für digitale Kultur stärken, Kooperationen mit der Wissenschaft bezüglich Innovationsförderung suchen.

Nachhaltigkeit, Klimaziele und Umgang damit in der Kultur hervorheben. Zukunftstrends miteinbeziehen, aber auch klar abgrenzen, inwiefern diese etwas mit Kultur zu tun haben oder nicht.

Diversität und Teilhabe und weiter vorantreiben (z.B. Zugang Kultur für tiefere Bildungsschichten, Migranten/-innen, Expats), interkulturelle Öffnungsprozesse und Sensibilisierungsprozesse fördern.

Weiterbildung und Wissenstransfer in der Kunst- und Kulturszene unterstützen

Herausforderungen im Umgang mit Kostensteigerungen/Teuerung im Kulturbereich und mit der abnehmenden Kulturberichterstattung begegnen.

Kultur im öffentlichen Raum stärken und Umgang mit Interessenskonflikten thematisieren.

Städtekooperationen besser nutzen, zum Beispiel auch internationale Kooperationen von Kulturinstitutionen.

Thema Kultur als Wirtschaftsfaktor stärken, mehr Anreize für KMU im Kulturbereich schaffen.

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf den geführten Interviews.

5.2 Empfehlungen zu einer besseren Abstimmung der Massnahmen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen

Zur Verbesserung von Schnittstellen beziehungsweise zu sich daraus ergebenden Synergien empfehlen wir der Abteilung Kultur Folgendes (siehe auch die in Kapitel 4 präsentierten Erkenntnisse):

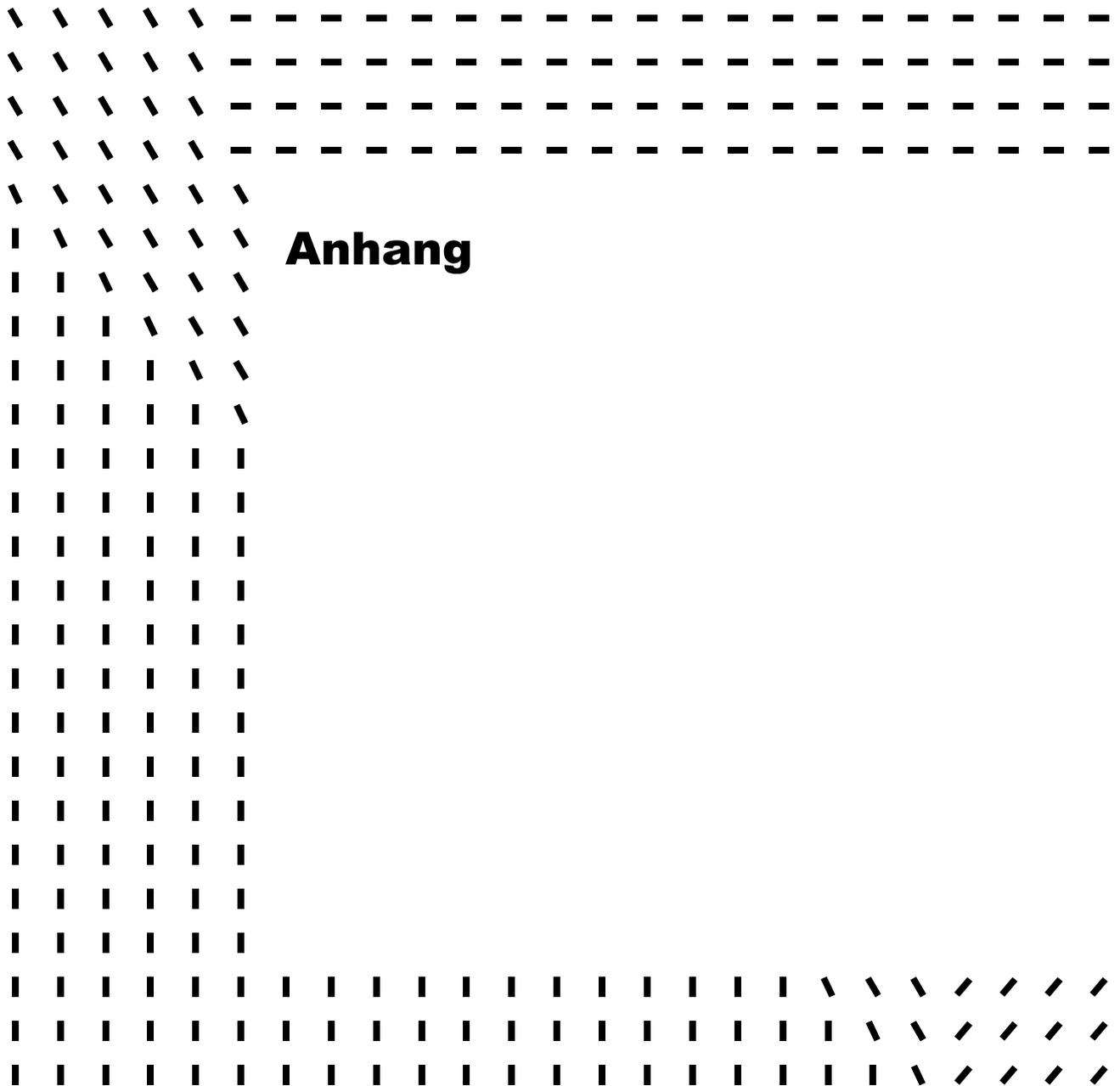
- *Austausch und Koordination innerhalb des PD verbessern:* Wir empfehlen zu prüfen, mit welchem Gefäss der Austausch und die Koordination der kulturrelevanten Stellen innerhalb des PD bei wichtigen Themen (wie z.B. bei der Digitalisierung, der Kommunikation und Vermarktung, der Kulturvermittlung) generell noch verbessert werden kann, um damit auch das Vertreten von gemeinsamen kulturellen Anliegen innerhalb der kantonalen Verwaltung und gegenüber der Politik zu stärken.
- *Austausch und Zusammenarbeit mit dem Erziehungsdepartement verstärken:* Wir empfehlen, den Austausch und die Zusammenarbeit mit dem Erziehungsdepartement im Bereich der Kulturvermittlung noch weiter zu verstärken. Dies, um mehr Transparenz bei den bestehenden Fördermöglichkeiten zu schaffen und um allenfalls ein gemeinsames Projekt umzusetzen, bei Bedarf auch unter Einbezug weiterer Akteure im Bereich Kulturvermittlung, wie die geförderten Institutionen oder die Musik-Akademie.
- *Abstimmung zwischen Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing und Basel Tourismus optimieren:* Zum Zweck einer besseren Koordination zwischen diesen Akteuren empfehlen wir, die Rollen und Schnittstellen zu klären sowie Aktivitäten stärker miteinander abzustimmen, wo dies sinnvoll ist. Dies gilt insbesondere auch für die Kommunikation der strategischen Schwerpunkte des neuen Kulturleitbilds, sowie allenfalls im Rahmen strategischer Projekte mit gemeinsamem Budget und unter Nutzung von innovativen Instrumenten aus dem Marketing zur Vermarktung des Kulturangebots.
- *Koordination mit Swisslos-Fonds verstärken:* Wir empfehlen, die Koordination in der Kulturförderung mit dem Swisslos-Fonds in ausgewählten Bereichen zu verstärken, indem zusätzlich zum Festivalkonzept weitere gemeinsame Förderziele/-schwerpunkte definiert werden (z.B. im Bereich Orchester/Ensembles). Weiter empfehlen wir, für Transparenz bei den Förderinstrumenten und den verschiedenen Zuständigkeiten zu sorgen – insbesondere im Bereich Musikförderung, wo auch der Einbezug weiterer Akteure der Musikförderung in Betracht gezogen werden sollte.

5.3 Hinweise für das Wirkungscontrolling

Schliesslich zeigen wir im Folgenden, was es unserer Ansicht nach braucht, um ein sinnvolles Wirkungscontrolling für das Leitbild 2026–2031 zu implementieren. Interface unterstützt die Abteilung Kultur in einem nächsten Arbeitsschritt bei der Erarbeitung eines Wirkungscontrollings (inkl. Definition möglicher Indikatoren und Methoden zur Messung).

- *Indikatoren für ausgewählte Ziele festlegen und Zielerreichung überprüfen:* Wie geplant, sollen für das nächste Kulturleitbild zu ausgewählten Wirkungs- und Leistungszielen Indikatoren zur Überprüfung festgelegt und aufgezeigt werden, wann was mit welcher Methode zu messen ist. Idealerweise stützt sich der Kanton dabei auf bereits vorhandene oder ohnehin zu erhebende Daten (Besucherzahlen Museen, Nutzerzahlen Websites, allgemeine Bevölkerungsbefragung). Ein wichtiges Instrument zur Überprüfung der Wirkungen sind zudem Befragungen der Nutzer/-innen der kulturellen Angebote (Besucher/-innen-Befragungen). Es sollte darauf geachtet werden, dass der Aufwand zur Messung vertretbar ist, deshalb ist auch nicht für alle Ziele ein Indikatoren-system aufzubauen.

- *Lücken bei Besucherzahlen schliessen:* Für das Controlling scheint es in jedem Fall nützlich, zu wissen, wie stark das kulturelle Angebot in Basel genutzt wird. Dazu sind in allen Bereichen Informationen zu Besucherzahlen zu erheben und zu übermitteln (auch Clubs, Festivals). Wenn nicht anders möglich, können auch Schätzungen der Publikumszahlen erfolgen. Zudem ist zu prüfen, wie die Nutzerzahlen der Basel-Card sinnvoll in das Controlling einbezogen werden können.
- *Informationen von ausserhalb nutzen:* Um Informationen zur Profilierung von Basel in unterschiedlichen Bereichen zu erhalten, wären auch Erhebungen ausserhalb des Kantons nützlich, beispielsweise in Zusammenarbeit mit Basel Tourismus oder auch mit anderen Städten/Kantonen. Sinnvoll erscheint uns auch die Nutzung von internationalen Rankings, die Aussagen über die Beurteilung des Kulturangebots in Basel-Stadt enthalten.
- *Nutzerzahlen systematisch auswerten:* Wir sehen ein Defizit in der Auswertung der Nutzerzahlen, zum Beispiel von Social-Media-Angeboten. Für das Controlling sollte die Abteilung Kultur einfachen Zugang auf die Daten über die Nutzung der digitalen Angebote haben. Auch in der Auswertung von GPS-Daten sehen wir Potenzial für eine Auswertung.
- *Qualitative Datenerhebungen:* Auch bei Vorliegen eines indikatorenbasierten Wirkungscontrollings mit quantitativen Daten sollen qualitative Einschätzungen nach wie vor eine wichtige Rolle spielen. Solche Informationen können nach wie vor in den jährlichen Reportings und Potenzial-Gesprächen mit den geförderten Institutionen sowie den Reporting-Gesprächen mit den Dienststellen erhoben werden. Wir empfehlen zudem, in der Hälfte der Strategieperiode (z.B. nach drei Jahren) eine Veranstaltung unter Einbezug der Kulturakteure durchzuführen (Sind wir auf dem richtigen Weg? Wo gibt es Lücken, Konkretisierungsbedarf?).
- *Umfragen/Fokusgruppen durchführen und bei Bedarf wiederholen:* Je nach Zielen des neuen Leitbilds ist auch das Verhalten von Personen relevant, die nicht regelmässig Kulturveranstaltungen besuchen. Dieses könnte in Umfragen mit der Bevölkerung, aber auch in entsprechenden Fokusgruppen mit den jeweiligen Zielgruppen erhoben werden.



A 1 Interviewpartner/-innen

Es wurden 25 Interviews mit 31 Personen geführt (22 mit Vertretenden aus dem Kanton Basel-Stadt, 3 mit Vertretenden weiterer Städte).

DA 1: Interviewpartner/-innen

<i>Funktion</i>	<i>Anzahl Interviews</i>	<i>Anzahl interviewte Personen</i>
Vertretende Kantonale Stellen Basel-Stadt (inkl. Dienststellen der Abteilung Kultur)	9	12
Vertretende von Förderpartner/-innen	2	3
Vertretende von Kulturinstitutionen mit und ohne Staatsbeiträge	7	7
Weitere Akteure/-innen (wie Basel Tourismus, Hochschulen, Bildungs- und Kulturkommission des Grossen Rats)	4	5
Vertretende der Verwaltung anderer Städte (Zürich, Ville de Genève)	3	4
Total	25	31

Quelle: Darstellung Interface.

A 2 Ausgewertete Dokumente und Daten

Die folgende Darstellung gibt eine Übersicht zu den Dokumenten und Daten aus dem Kanton Basel-Stadt, die für die Erstellung des Wirkungsberichtes ausgewertet wurden.

DA 2: Ausgewertete Dokumente und Daten

<i>Art Dokument</i>	<i>Dokumente</i>
Rechtliche Grundlagen	<ul style="list-style-type: none"> - Kulturförderungsgesetz (KuFG) vom 21. Oktober 2009, Stand 30. Mai 2022; SG 494.300 - Gesetz über die Museen des Kantons Basel-Stadt (Museumsgesetz) vom 16.06.1999, Stand 01.01.2021; SG 451.100
Leitbilder, Strategien, Planungsinstrumente und Massnahmencontrolling	<ul style="list-style-type: none"> - Kulturleitbild 2020-2025 inkl. Bericht zur Umsetzung des Kulturleitbilds 2012-2017/19 - Museumsstrategie Basel-Stadt vom 19. Dezember 2017 - Internes Massnahmencontrolling zum Kulturleitbild 2020-2025, Stand Februar 2024 und Kurzfassung zum Controlling - Internes Massnahmencontrolling zur Umsetzung der Museumsstrategie, Stand 10.10.2023. - Legislaturplanung Kanton Basel-Stadt 2021-2025 - Legislaturplanindikatoren des Statistischen Amtes Kanton Basel-Stadt 2023 - Strategie Basel Tourismus 2024-2027 - Marketing Strategie Basel Tourismus 2021-2024 von 2020

Art Dokument	Dokumente
Jahresberichte	<ul style="list-style-type: none"> - Jahresberichte des Kantons Basel-Stadt (2020 bis 2022) - Jahresberichte der Abteilung Kultur (2020 bis 2023) - Jahresberichte Historisches Museum (2020 bis 2022) - Jahresberichte Kunstmuseum (2020 bis 2022) - Jahresberichte Naturhistorisches Museum (2020 bis 2022) - Jahresberichte Museum der Kulturen (2020 bis 2022) - Jahresberichte Antikenmuseum und Sammlung Ludwig (2021 und 2022) - Jahresberichte Staatsarchiv (2020 bis 2022) - Jahresberichte Archäologische Bodenforschung (2020 bis 2022) - Beiträge Swisslos-Fonds (2020 bis 2022) - Jahresberichte Basel Tourismus (2019 bis 2022)
Betriebsanalysen	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebsanalyse Abteilung Kultur Basel-Stadt (Zusammenfassender Bericht von Metrum Managementberatung, 2023) - Betriebsanalyse Kunstmuseum Basel (Zusammenfassender Schlussbericht von KPMG, 2018) - Betriebsanalyse Historisches Museum Basel (Abschlussbericht von actori; 2019) - Betriebsanalyse Museum der Kulturen Basel (Abschlussbericht von actori; 2019) - Betriebsanalyse Naturhistorisches Museum Basel (Bericht der Integrated Consulting Group; 2021) - Validierung Betriebsanalyse Naturhistorisches Museum Basel (Bericht von Polynomics, 2021) - Betriebsanalyse Naturhistorisches Museum Basel (Bericht der Integrated Consulting Group; 2021)
Evaluationen	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluation der Förderbereiche Tanz & Theater (Kurzfassung und Empfehlungen von evalure; 2020) - Evaluation Förderbereiche Film und Medienkunst (Schlussbericht von evalure, 2022) - Evaluation Orchesterförderung (Bericht der Integrated Consulting Group; 2021) - Befragung zur Jazzförderung (Erste und zweite Ergebnispräsentation von econcept, 2023) - Evaluation Kultur divers gestalten (Endbericht von Syspons; 2024)
Statistiken und Auswertungen	<ul style="list-style-type: none"> - Bericht Kulturpublikumsbefragung 2019/2020 (Bericht des statistischen Amtes vom 3. November 2020). - Auswertungen von Basel Tourismus zur Nutzung der Basel Card - Besucherstatistiken Museen - Auswertung des Statistischen Amtes zur Bevölkerungsbefragung 2023 (mit vergleichen zu den vorherigen Befragungen) - Statistik Report vom Mai 2024 zur Seite museenbasel.ch mit Google-Analytics Statistiken.
Weiteres	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentationen von Basel Tourismus (Basel Card Meeting vom März 2024; Auswertung Basel Card 2022; Kulturmarketing und Tourismus vom November 2022). - Internes Dokument der Abteilung Kultur zu den aktuellen Herausforderungen auf die Kulturstrategie, Stand Mai 2023 - Put Basel on the map – Ranking-Report 2023. Bericht des Präsidialdepartements, Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing.

Quelle: Darstellung Interface.

A 3 Massnahmencontrolling

Im Folgenden werden die Massnahmen mit ihrer Zuordnung zu den übergeordneten Zielen dargestellt und der Stand der Umsetzung (Stand Februar 2024) beschrieben. Pro übergeordnetes Ziel sind einige relevante Massnahmen als Beispiele aufgeführt. Es gilt zu berücksichtigen, dass ein Teil der Massnahmen mehr als einem Ziel zugeordnet wurde.

DA 3: Übersicht über Anzahl Massnahmen und deren Umsetzung pro Ziel (Stand Februar 2024)

Übergeordnete Ziele	Massnahmen Total*	Umsetzung Massnahmen			Beschreibung relevanter Beispiel-Massnahmen
1) Basel baut seine hervorragende Position als Kulturstadt aus					
a. Als Museumsstadt hält Basel seine Spitzenposition in Europa	13	6	4	1	<ul style="list-style-type: none"> – Projekte im Bereich der Weiterentwicklung baulicher Infrastruktur (z.B. Sanierung Kunstmuseum Basel Hauptbau, Prüfen versch. Szenarien des Standorts für das Historische Museum, Erstellung Neubau Naturhistorisches Museum Basel und Staatsarchiv im St. Johann, Standortwechsel Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig in den Berri-Bau vorbereiten) – Teilrevision Museumsgesetz und -verordnung – Verpflichtung der kantonalen Museen auf rechtliche und ethische Grundsätze für den Erwerb von Sammlungsobjekten, ebenso wie für die Akquise von Drittmitteln – Schaffung rechtlicher Grundlage für Kulturgüterschutz und Entwicklung der Strukturen für die Umsetzung
b. Die Musikstadt Basel verschafft sich Gehör	9	5	2	–	<ul style="list-style-type: none"> – Projekte im Bereich der Weiterentwicklung baulicher Infrastruktur (z.B. Bauprojekt Orchesterprobehäus Picassoplatz und Stadtcasino, Sanierung oberer Rosstall Kaserne Basel, zweite Etappe Sanierung Theater Basel) und Inbetriebnahme von Proberäumen und Konzertlokalen (z.B. Bandproberäume Kuppel) – Umsetzung der neuen Kulturpartnerschaft Kanton BL (sichert die Finanzierung der Orchester und Spielstätten; sowie Einführung einer Förderung improvisierte Musik und Jazz per 2022) – Umfassende Überprüfung der Musikförderung, Evaluation Orchesterförderung (Orchesterförderung bestätigt, Budgeterhöhung ermöglicht Qualität und faire Arbeitsbedingungen; begleitende Evaluation der Einführung Förderung improvisierte Musik und Jazz positiv; Erhöhung Mittel für Popmusikförderung; Einführung Clubförderung) – Erarbeitung Festivalkonzept und Kriterien für Festivalförderung
c. Die Kulturstadt zeigt sich in ihrer ganzen Exzellenz und Vielfalt	3	2		1	<ul style="list-style-type: none"> – Spartenübergreifender Ausbau der Dachkommunikation Kultur (Kulturagenda www.agendabasel.ch), Datenabgleich mit anderen Schnittstellen (z.B. Berücksichtigung Architektur-Veranstaltungen) – Ausbau der Promotions- und Diffusionsförderung Darstellende Künste im Verbund mit anderen Kantonen und Städten
2) Basel fördert kulturelle Innovation und richtet sich auf neue Potenziale aus					
d. Die Kulturstadt Basel wächst im Einklang mit der freien Szene	25	16	5	1	<ul style="list-style-type: none"> – Verschiedene Bauprojekte zur Sicherstellung Rahmenbedingungen Infrastruktur für Kulturbetriebe und Raumangebote für Kultur- und Kreativschaffende (z.B. Bauprojekt Klingentalkirche, Umsetzung Atelierpolitik), Ausstattung und Inbetriebnahme der Probephöhne im Kaserne-Hauptbau

Übergeordnete Ziele	Massnahmen Total*	Umsetzung Massnahmen			Beschreibung relevanter Beispiel-Massnahmen
					<ul style="list-style-type: none"> - Revision Förderung freie Szene, Revision der Vereinbarung über die gemeinsamen Gefässe Projektförderung BS und BL - Umsetzung Atelierpolitik -
e. Kulturerlebnisse dort, wo sich die Menschen aufhalten	8	3	2	-	<ul style="list-style-type: none"> - Erarbeitung Festivalkonzept und Kriterien für Festivalförderung - Schaffen neuer Grundlagen und Strukturen für Kunst im öffentlichen Raum und Kunst und Bau (Kunst im Stadtraum)
f. Kulturangebote für sich verändernde Bedürfnisse des Publikums	3	2	-	-	<ul style="list-style-type: none"> - Periodische Durchführung einer Publikumsbefragung - Weiterführung und Ausbau von Vernetzungs- und Beratungsangeboten für junges Publikum, neues Fördermodell Jugendkulturpau-schale mit Auftrag an GGG Kulturkick
3) Fördern auf der Höhe der Zeit					
g. Kultur wird zugänglich für alle	9	7	2	-	<ul style="list-style-type: none"> - Verpflichtung von Institutionen mit Betriebs- oder Programmbeiträgen zu ermässigten Angeboten für Geringverdiener sowie für Künstler/-innen der jeweiligen Sparte - Förderung mehrsprachiger und interkultursensibler Angebote und Initiativen - Kontinuität in der Förderung der GGG Stadtbibliothek - Inklusive Angebote in den kantonalen Museen
h. Der Basler Kulturbetrieb steht für Chancengleichheit und Gendergerechtigkeit	4	3	1	-	<ul style="list-style-type: none"> - Pilotprojekt zur interkultursensiblen Organisationsentwicklung in Kooperation mit Pro Helvetia mit 8 Kulturinstitutionen - Systematische Erhebung von Gender-Kennzahlen in allen Sparten in Zusammenarbeit/Abstimmung mit Bund
i. Der Basler Kulturbetrieb nutzt die Chancen der Digitalisierung	2	1	-	1	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisierungsstrategie für Dienststellen der Abteilung Kultur - Weiterbildungs- und Vernetzungsanlässe für Kulturakteure zur digitalen Kulturkommunikation und Kulturvermittlung

Darstellung: Darstellung Interface, basierend auf der Grundlage des Massnahmencontrollings, Version vom Februar 2024.

Legende: * = Gewisse Massnahmen wurden in der Umsetzung nicht einzeln bewertet, sondern es wird auf die Umsetzung anderer Massnahmen verwiesen. Grün = läuft gut und termingerecht; gelb = läuft nicht schlecht, Verspätung in der Umsetzung, vermutlich nicht bis 2025 abgeschlossen; rot = läuft nicht gut.

A 4 Kommentare Befragung zum Kulturleitbild

Zum Abschluss der Befragung zum Kulturleitbild wurden die Teilnehmenden gebeten, aufzuführen, ob es sonst noch etwas gibt, das Sie gerne mitteilen möchten. Im Folgenden werden die inhaltlichen Kommentare zusammengefasst und ab fünf Nennungen aufgeführt.

DA 4: Abschliessende Bemerkungen

Kommentar	Anzahl Nennungen
Mehr Förderung oder mehr Anlässe in bestimmten Bereichen werden gewünscht. Mehrmals wurden dabei die folgenden Bereiche aufgeführt: Alternativkultur allgemein, elektronische Musik, Musicaltheater, Hafengebiet, klassische Opern-, Tanz- und Theaterinszenierungen, grosse Konzerte internationaler Künstler/-in, alternative Rockmusik, klassisches Ballett.	38
Zu hohe Preise; Zugang zu kulturellen Veranstaltungen kann aufgrund hoher Eintrittspreise oder begrenzter finanzieller Mittel schwierig sein	19
Dank für Einladung zur Online-Befragung	18
Breites und vielfältiges Kulturangebot wird geschätzt	17
Wunsch nach besserer oder übersichtlicherer Information über das kulturelle Angebot	16
Generellen Dank an Kanton und/oder Kulturakteure	15
Kritik, dass bestimmte Institutionen oder Angebote nicht in der Online-Befragung aufgeführt worden sind.	12
Angebot würde gerne besser genutzt, es fehlt aber die Zeit dazu (insb. als Eltern)	9
Ablehnung bestimmter Angebote, Veranstaltungen, Institutionen oder Programme	9
Lob für Instrumente, die Zugang erleichtern (Museumspass, Kulturlegi, Angebot +1)	6
Wahrnehmung Überangebot, Wunsch nach Reduktion	5
Wunsch nach englischer Information über das Angebot	5

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf der Befragung zum Kulturleitbild 2024.

A 5 Interviewleitfaden

Für die Interviews wurde folgender generischer Leitfaden verwendet, welcher je nach Interviewpartner/-in individuell angepasst worden ist.

I Einleitung (Fragen zur Person/Funktion)

- Seit wann sind Sie in der gegenwärtigen Funktion tätig? Welches sind ihre zentralen Aufgabenbereiche?

Retrospektive Beurteilung (Kulturleitbild 2020–2025)

I Einschätzung zur Zielerreichung des Kulturleitbilds 2020–2025

- Ist Ihnen das Kulturleitbild 2020-2025 bekannt? Was ist die Bedeutung des Kulturleitbilds für Ihre Tätigkeit?
- Waren Sie in irgendeiner Form an der Erarbeitung des Kulturleitbilds beteiligt?
- Inwiefern waren/sind Sie an der Umsetzung der Ziele und Massnahmen des Kulturleitbilds beteiligt?

- Sind Sie der Meinung, dass die übergeordneten Ziele bzw. die dazugehörigen förderstrategischen Ziele in den letzten Jahren erreicht wurden? Bitte begründen Sie jeweils Ihre Einschätzung.
 - Inwiefern wurden die Ziele *erreicht*? Wo gab es Erfolge?
 - Inwiefern wurden die Ziele *nicht oder nur teilweise erreicht*? Wo gibt/gab es Misserfolge und weshalb?
 - Wo gibt es diesbezüglich *kulturpolitische Schwachstellen*?

- Welche *Massnahmen* sind/waren aus Ihrer Sicht für die Erreichung der Wirkungsziele besonders relevant bzw. welche Massnahmen entfalten die grösste Wirkung? Wer sind die Hauptakteure, die für die Umsetzung zuständig sind?
 - Inwiefern wurden diese relevanten Massnahmen umgesetzt bzw. nicht oder nur teilweise umgesetzt? Was sind Gründe für eine allfällige Nicht-Umsetzung? Welche Rolle spielte die Covid19-Pandemie?
 - Teilen Sie die Einschätzung aus dem Massnahmencontrolling zur Umsetzung der Massnahmen?

- Gibt es aus Ihrer Sicht Learnings, die aus den erfolgreich umgesetzten Massnahmen abgeleitet werden können?

Wahrnehmung in der Öffentlichkeit und bei Stakeholdern

I Information der Bevölkerung über kulturelles Angebot

- Auf welchen *Wegen* informiert sich die Bevölkerung betreffend die kulturellen Angebote? Welches sind die *wichtigsten Kanäle/Instrumente* der Kommunikation?
- Welche Wahrnehmung geniessen die *Websites* *museenbasel.ch*, *musik.bs* und *agendabasel.ch*? Welche die dazugehörigen Social-Media-Kanäle?
- Sind Sie der Meinung, dass sich die kantonale *Bevölkerung* gut über die kulturellen Angebote im Kanton informiert fühlt? Wie kommen Sie zu dieser Einschätzung?
- Wie könnte die Information der Bevölkerung noch verbessert werden?

I Wahrnehmung und Reichweite von Veranstaltungen/Institutionen

- Welche Wahrnehmung und Reichweite geniessst die Veranstaltung *Museumsnacht*?
- Welchen Bekanntheitsgrad geniessen die mit *Betriebsbeiträgen geförderten Institutionen und die geförderten Festivals*?
- Welche Wahrnehmung und Reichweite geniessst *Basel als Musikstadt*?
- Welche *Musikveranstaltungen (insb. Festivals)* werden besonders positiv wahrgenommen und aus welchen Gründen?

I Information/Beratung von Kunst- und Kulturschaffenden/Information zur Fördertätigkeit

- Wie werden die *Förder- und Beratungsangebote in der Kulturförderung* von den Kunst- und Kulturschaffenden wahrgenommen? Sind diese bekannt und werden sie genutzt?
- Wie wird die heutige Kommunikation der *Abteilung Kultur über ihre Förder-tätigkeiten* wahrgenommen (Jahresberichte, Website, Newsletter, Social Media usw.)

I Interkantonaler/städtischer Vergleich

- Welches sind Stärken/Schwächen des Kantons BS im Bereich Kommunikation und Marketing im Kultursektor im *interkantonalen/-städtischen Vergleich*?
- Wie kann BS von anderen Kantonen/Städten lernen?

Identifikation und Überprüfung von Schnittstellen und Synergien

I Schnittstellen und Synergien mit anderen kantonalen Stellen

- In Bezug auf die Wirksamkeit der kulturpolitischen Massnahmen: Mit welchen anderen kantonalen Stellen ergibt sich aus Sicht der Abteilung Kultur besonderes *Synergiepotenzial* (insb. Standortförderung/Basel Tourismus, Standortmarketing, Swisslos-Fonds, Denkmalpflege usw.)?
 - Sind Massnahmen dieser Stellen kongruent mit Massnahmen der Abteilung Kultur? Gibt es Doppelspurigkeiten oder Synergien, die nicht genutzt werden?
 - Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit diesen Stellen?

I Synergien im Bereich Kommunikation

- In welchem Verhältnis steht die *Kommunikation der Abteilung Kultur* über die kulturellen Angebote mit denen von Basel Tourismus und der Abteilung Aussenbeziehungen und Standortmarketing?
- Bei welchen Themen besteht besonderes Synergiepotenzial in der Kommunikation?

I Inhaltliche Abstimmung der Förderung im Bereich Musik

- Wie ist die *inhaltliche Abstimmung der Förderinstrumente im Bereich Musik* der Abteilung Kultur mit anderen Fördergefässen (bspw. Swisslos-Fonds) zu beurteilen?
- Welche Optimierungen sollen bezüglich «Musikstadt Basel» vorgenommen werden? In Bezug auf den Aufbau der Synergien mit anderen Akteuren/-innen (bspw. Musikakademie) hinsichtlich des Kulturangebots?

I Optimierungsmöglichkeiten

- Bei welchen konkreten Schnittstellen bestehen die grössten Optimierungsmöglichkeiten bezüglich Abstimmung (prozessual und inhaltlich) zwischen der Abteilung Kultur mit anderen kantonalen Stellen?
- Wie, mit welchen Massnahmen, könnten inhaltliche und prozessuale Abstimmungen und damit die Zusammenarbeit optimiert werden?

«Musikstadt» im interkantonalen/-städtischen Vergleich

- Wie positioniert sich der Kanton Basel-Stadt im Vergleich zu den anderen Kantonen und Städten in Bezug auf die Musikförderung und deren Auswirkung? Wo gibt es Stärken bzw. Schwächen?
- Inwieweit entsprechen die Massnahmen zur Musikstadt Basel den Entwicklungen in der Musikszene in anderen Kantonen/Städten (Förderung, Kommunikation, Dialogveranstaltungen)?
- Was kann der Kanton Basel-Stadt von anderen Städten/Kantonen im Hinblick auf die Positionierung als Musikstadt lernen? Was macht Basel gut/was weniger gut?

Blick in die Zukunft (Kulturleitbilds 2026–2031)

- Welche *Ziele aus dem Kulturleitbild 2020-2025* sind aus Ihrer Sicht für die nächsten Jahre *noch relevant bzw. welche weniger/nicht mehr relevant*? Was müsste gemacht werden, damit diese Ziele (noch) besser erreicht werden könnten?
- Was sind die *kulturellen Stärken, Besonderheiten und Spezialitäten* von Basel-Stadt, die der Kanton in Zukunft vermehrt fördern sollte?
- Wo sehen Sie *dringenden Handlungsbedarf bzw. Schwachpunkte* in der aktuellen Kulturförderung/Kulturpolitik, die verbessert werden müssten?
- Wenn Sie die *aktuellen gesellschaftlichen und kulturpolitischen Entwicklungen* betrachten: Welche *Chancen und Risiken* leiten Sie daraus für die Kulturinstitutionen und die Kunst- und Kulturschaffenden des Kantons BS für die Zukunft ab? Wie sollten diese im neuen Kulturleitbild berücksichtigt werden?

- Gibt es weitere Themen, die Sie als relevant erachten für die Erarbeitung des neuen Kulturleitbilds?

Aufbau Wirkungscontrolling ab 2025

- Könnte das *Massnahmencontrolling* verbessert werden?
- Haben Sie Ideen/Hinweise für *Indikatoren und Datengrundlagen* zur Messung von Wirkungen im Kulturbereich?
- Welche der *bestehenden Erhebungen* (z.B. Umfragen, statistische Erfassungen) liefern potenziell relevante Daten zur Messung von Wirkungen und sollten bei einem Wirkungscontrolling berücksichtigt werden?
- Gibt es bisher *Lücken bei Daten bzw. fehlen wichtige Informationen* zur Messung der Wirkungen im Kulturbereich bzw. der Ziele im Kulturleitbild? Wie könnte man diese fehlenden Informationen zukünftig erheben?

Abschluss

- Haben Sie weitere Bemerkungen?
- Gibt es zusätzliche relevante Dokumente/Daten, die Sie uns zur Verfügung stellen möchten?