

**Bericht und Antrag der Spezialkommission 2018/6
betreffend einen Kredit für die Durchführung der Kampagne «Schaff-
hausen – einfach mehr Leben» von 2019-2023**

19-10

vom 15. Januar 2019

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren Kantonsräte

Die Spezialkommission 2018/6 (9 Mitglieder) hat den Bericht und Antrag des Regierungsrates an den Kantonsrat über einen Kredit für die Durchführung der Kampagne «Schaffhausen – einfach mehr Leben» von 2019 bis 2023 an der Sitzung vom 15. Januar 2019 abschliessend beraten. An der Sitzung wurde die Kommission von Regierungsrat Ernst Landolt, dem Staatschreiber Dr. Stefan Bilger, Frau Tanja Birrer von der Firma Geyst AG und Herrn Dr. Mark Egger von Egger Kommunikation begleitet. Das Protokoll wurde von Luzian Kohlberg erstellt.

1 Ausgangslage

Vorgängig zur Sitzung wurden die Kommissionsmitglieder mit folgenden Unterlagen bedient: Die Offertanfrage zur Imagekampagne, welches an 400 Schweizer Agenturen versendet wurde, die Endergebnisse des Auswahlverfahrens der Phase 1 und die Zuschlagsergebnisse der Phase 2.

Die Kommission wurde zu Beginn durch Regierungsrat Ernst Landolt und Staatsschreiber Dr. Stefan Bilger über die Ausgangslage und Einbettung der Imagekampagne informiert. Die Kampagne ist ein weiteres Puzzleteil des Wohnortmarketings und zielt auf den Handlungsbedarf gemäss Demographiestudie des Kanton Schaffhausen zur Ansiedlung von jungen Paaren und Familien ab. Das Ausschreibungsverfahren wurde zweistufig durchgeführt und das vorliegende Konzept der Firma Geyst AG stellt ein Grobkonzept dar, dessen Feinplanung bei Kreditbeschluss unter der Federführung der Wirtschaftsförderung und in Zusammenarbeit mit zu bestimmenden lokalen Partnern verfeinert wird.

Die Firma Egger Kommunikation, vertreten durch Herrn Egger, begleitete die Regierung als externe Fachexpertise im Ausschreibungs- und Bewertungsverfahren, welches fair und transparent durchgeführt wurde. Neben Herrn Egger unterstützte mit Herrn Oliver Fennel, Zürich, ein weiterer Kampagnenexperte das Verfahren. Herr Egger erläuterte der Kommission das selektive, zweistufige Ausschreibungsverfahren. Die zwingenden und gewichteten Eignungskriterien der Projektphase 1 führten zu einer Vorauswahl, welche durch ein Beurteilungsgremium benotet und bewertet wurde. Die verbleibenden drei Agenturen reichten ein Kampagnen-Grobkonzept ein, welches anhand von gewichteten Zuschlagskriterien beurteilt wurde.

Frau Tanja Birrer von der Agentur Geyst AG, welche den höchsten Punktwert erreicht hatte, stellte der Kommission ihr Kampagnenkonzept vor. Der *Claim* «einfach mehr ...» bezieht sich auf die hohe Schaffhauser Lebensqualität für weniger Geld. Die Kampagne soll verschiedene Medien bewirtschaften, ein Hauptfokus liegt auf den digitalen Medien, welche ein Controlling während der Kampagne und damit eine dynamische, das heisst veränderbare Kampagne ermöglicht. Die Kampagne führt die Interessenten auf die Webseite der Wirtschaftsförderung.

Nach der Vorstellung des Auswahlverfahrens und des Grobkonzeptes konnten die Kommissionmitglieder Verständnisfragen stellen. Es wurden Fragen zu den Vorgaben seitens der Regierung, zur Zusammenstellung des Beurteilungsgremiums, zum *Slogan*, zum Umfang des Budgets, zur Unterscheidung zwischen Grob- und Detailkonzept, zur Mitwirkung von lokalen Partnern und zum möglichen «Tag des offenen Kantons» gestellt.

So hatte sich die Agentur Geyst in der Kampagnenentwicklung an die Vorgaben der Ausschreibung zu halten. Der Claim «einfach mehr» ist gesetzt, im Detailkonzept sollen Kooperationen behandelt werden. Der Tag des offenen Kantons ist werbetechnisch in der Kreditvorlage integriert, die effektiv anfallenden Kosten, beispielsweise mögliche Gratiseintritte, sind jedoch nicht enthalten.

2 Eintreten

In der Eintretensdebatte wurden die Vor- und Nachteile eines Antrags mit Grobkonzept geäussert. Der vorliegende Detailgrad führt zu Diskussionen über die Kampagne. Ein Kreditbeschluss ohne Konzept hätte der Regierung freies Handeln ermöglicht. Einige Kommissionmitglieder äusserten zudem grundsätzliche Bedenken zur Kreditvorlage. Allerdings wurde auch verschiedentlich betont, dass es bei der vorliegenden Kreditvorlage letztlich um die Frage geht, ob eine Imagekampagne als Teil und Instrument des Wohnortmarketings geeignet ist, den Kanton bei der anvisierten Zielgruppe bekannter zu machen und ob das mit der vorgesehenen Kredithöhe und dem vorgesehenen Kampagnenkonzept erreicht werden kann. Es sei nicht zielführend, Details der vorgesehenen Kampagne zu diskutieren.

Ebenso wurde in Erinnerung gerufen, dass es sich bei der vorliegenden Vorlage um einen Auftrag der Geschäftsprüfungskommission aus dem Jahre 2017 handelt. Der Regierungsrat hatte damals 1.25 Mio. Franken in den Voranschlag 2018 eingestellt, um eine Imagekampagne durchführen zu können. Die GPK hat hierbei den Antrag gestellt, dieses Geld aus dem Budget 2018 wieder zu entnehmen, verbunden mit dem Auftrag an die Regierung, einen konkreten Kampagnenvorschlag und deren Wirksamkeitsüberprüfung zu erarbeiten. Dieser Auftrag wurde nun mit dem vorliegenden Bericht und Antrag an den Kantonsrat umgesetzt.

Nach dem umfassenden Informationsblock und der Beantwortung der Verständnisfragen trat die Kommission mit 9 : 0 Stimmen auf die Vorlage ein.

3 Detailberatung

Die Spezialkommission hat folgende Punkte der Vorlage eingehend beraten:

Punkt 2 (Stärkung und Profilierung der Wirtschafts- und Wohnregion Schaffhausen)

Verschiedene, divergierende Voten zum Zeitpunkt der Kampagne wurden formuliert. So stellte sich die Frage, ob eine Wohnortkampagne durchgeführt werden kann, wenn nicht alle Pluspunkte der Zielgruppe im erwarteten Mass erfüllt sind. Andere Stimmen monierten, dass ohne Botschaft keine Aufmerksamkeit auf Schaffhausen gelenkt würde und dass die mehrheitlich erfüllten Kriterien für einen Zuzug eine Frage der Messlatte sei und ein Herauszögern der Kampagne nicht förderlich wäre. Die Vorteile der dynamischen Kampagne über den Zeitraum von fünf Jahren wurde hier nochmals unterstrichen.

Punkt 5 (Auftragsvergabe: zweistufiges Verfahren)

Das zweistufige Verfahren mit einem Grobkonzept und einem Feinkonzept nach erfolgter Kreditbewilligung wurde mehrheitlich als transparent und fair beurteilt. Eine Minderheit beurteilte

das initiale Vorgehen als zu technokratisch. Zwei Aussagen bedauerten das Fehlen von lokalen Agenturen in der Endausmarchung. Diskutiert wurde ebenfalls der Kostenrahmen des Kreditbeschlusses. Was ist innerhalb von CHF 1'250'000 möglich? Die potentiellen Risiken für eine Agentur wurden ebenfalls kurz erläutert.

Punkt 6 (Siegerkonzept als Grundlage für die Kampagne 2019-2023)

Der Antrag zuhanden des Kantonsrats ist ein Kreditbeschluss. Ob das Siegerkonzept diesem Antrag dienlich ist, wurde unter Punkt 6 diskutiert. Einige Votanten äusserten Zweifel zur Positionierung und Durchschlagskraft der Kampagne und ebenfalls zum Grundsatz einer Imagekampagne. Als Kompromiss wurde die Präsentation des Feinkonzepts gegenüber dem Kantonsrat vorgeschlagen. Die knappe Mehrheit der Kommission war jedoch der Meinung, dass ein Herausögern der Kampagne wenig zielführend wäre und der Agentur Geyst und der Wirtschaftsförderung das Vertrauen auszusprechen sei, indem der Kredit in der Höhe von CHF 1.25 Mio. bewilligt wird.

Punkt 7 (Kosten und Finanzkompetenz)

Die Frage ob der Verpflichtungskredit «on top» des maximalen Budgets der Wirtschaftsförderung zu liegen käme, wurde verneint. Der Betrag muss als Verpflichtungskredit, weil über fünf Jahre dauernd (vertragliche Verpflichtungen eingegangen werden), vom Kantonsrat bewilligt werden. Der zu bewilligende Betrag liegt innerhalb des vom Wirtschaftsförderungsgesetz vorgesehenen maximalen jährlichen Beitrages an die Wirtschaftsförderung von 3.2 Mio. Franken. Es werden mithin keine zusätzlichen Mittel für die Wirtschaftsförderung zur Verfügung gestellt.

4 Anträge

Folgende Anträge wurden vor der Schlussabstimmung gestellt:

Mit 7 : 1 Stimme bei einer Enthaltung wurde ein Antrag «Beschluss über einen Kredit für die Durchführung einer Imagekampagne von 2019 bis 2023» mit einem Kreditvolumen von 2 Mio. Franken von der Spezialkommission abgelehnt.

Mit 5 : 4 wurde der Antrag, die Formulierung folgendermassen abzuändern: «Beschluss über einen Kredit für die Durchführung der Kampagne Schaffhausen – einfach mehr...» von 2019 bis 2023, von der Spezialkommission abgelehnt.

5 Schlussabstimmung

Mit 5 : 4 Stimmen beschliesst die Spezialkommission, für die Durchführung der Kampagne «Schaffhausen – einfach mehr Leben» von 2019 bis 2023 einem Verpflichtungskredit in der Höhe von 1'250'000 Franken zuzustimmen.

Für die Spezialkommission:

Maria Härvelid, Präsidentin

Pentti Aellig

Franziska Brenn

Beat Hedinger

Walter Hotz

Katrin Huber

Hedy Mannhart

Roland Müller

Andreas Neuenschwander

Beschluss
über einen Kredit für die Durchführung der Kampagne
«Schaffhausen – einfach mehr Leben» von 2019 bis 2023

vom

Der Kantonsrat Schaffhausen

beschliesst:

1.

Für die Durchführung der Kampagne «Schaffhausen – einfach mehr Leben» von 2019 bis 2023 wird ein Verpflichtungskredit in der Höhe von Fr. 1'250'000.- bewilligt.

2.

Dieser Beschluss ist im Amtsblatt zu veröffentlichen und in die kantonale Gesetzessammlung aufzunehmen.

Schaffhausen, ...

Im Namen des Kantonsrates

Der Präsident:

Die Sekretärin: