

«Manchmal zählen die Werte einer Veranstaltung mehr als TV-Quoten»

Nun steigt auch Basel mit einem eigenen CSI zum Kreis der internationalen Weltklasse-Springturniere auf. Willy Bürgin, ehemaliger Springreiter, erprobter Turnierorganisator, Initiant und OK-Präsident des 1. CSI Basel (St. Jakobshalle Basel, 14. bis 17. Januar 2010), will es noch einmal wissen. Der Anlass startet mit einem Budget von 2 Millionen Franken und einem Preisgeld von 495'000 Franken. Dank eines guten Netzwerks und viel Herzblut ist es den Organisatoren bereits im ersten Jahr gelungen, trotz Wirtschaftskrise eine finanziell tragfähige Sponsorenstruktur aufzubauen.



Willy Bürgin

info@concoursbasel.ch
OK-Präsident
CSI Basel

Herr Bürgin, es gibt mit dem Mercedes-CSI Zürich, dem CHI-W Genf und dem CSIO Schweiz bereits drei grosse Reitveranstaltungen in der Schweiz. Warum jetzt noch ein weiteres grosses Turnier in Basel?

Willy Bürgin: Ich habe vor zehn Jahren damit begonnen, meine ersten Concours zu organisieren, zuerst auf regionaler Stufe, danach auf nationaler Ebene und schliesslich in den Jahren 2007 und 2008 mit grossem Erfolg die Schweizer Meisterschaften der Springreiter auf der Reitanlage «Schänzli» in Basel. Und weil immer alles sehr gut funktionierte, entschloss ich mich, einen CSI in Basel zu veranstalten. Warum in Basel? Ich bin Basler und habe während einiger Jahrzehnte aktiv Concours geritten. Nun möchte ich dem Reitsport etwas zurückgeben von der

schönen Zeit, die ich bisher mit dieser faszinierenden Sportart erleben durfte.

Trotzdem: Mit Zürich, Genf, St. Gallen und nun Basel vier grosse Springturniere in der Schweiz, das ist doch ziemlich viel! Da wird die Luft dünn zum Atmen.

Bürgin: Wir haben in der Schweiz das grosse Glück, dass es eine sehr grosse Ballung von Spitzenreitern und Besitzern von Spitzenpferden gibt. Hinzu kommt, dass die vier Veranstaltungen in grossen Agglomerationen und starken Wirtschaftsräumen stattfinden. Das sind gute Voraussetzungen für alle vier Veranstalter.

Nun findet zwei Wochen nach dem CSI Basel der Mercedes-CSI in Zürich statt. Warum haben Sie den Termin so nahe am Anlass in Zürich gewählt?

Bürgin: Den Termin habe ich mir ausgesucht, weil es zu diesem Zeitpunkt in ganz Europa keine vergleichbare Konkurrenzveranstaltung gibt. Dass der Zeitpunkt im Januar gut gewählt ist, beweist nun das starke Teilnehmerfeld: Von den weltweit 30 besten Reitern werden mehr als 15 davon in Basel antreten!

Der CSI Zürich gibt zwei Prüfungsgewinnern am CSI Basel eine Wildcard zur Teilnahme in Zürich. Das kann man für die Positionierung Ihres Anlasses von Seiten der Zürcher Veranstalter als ein Akt der Degradierung verstehen.

Bürgin: Ich empfinde das nicht so. Im Gegenteil: Ich betrachte das als ein gutes Zeichen, denn es bedeutet ja gleichzeitig, dass wir ernst genommen werden. Wir sind ja keine direkten Konkurrenten: Der CSI Basel ist ein Vier-Sterne-Turnier, der CSI-W in Zürich ein Fünf-Sterne-Anlass und bezahlt das doppelte Preisgeld. Im Übrigen ist es so, dass wir mit dem Veranstalter in Zürich ein sehr gutes Einvernehmen haben und wir uns gegenseitig respektieren. Das verbind-



dende Element ist die Freude am Pferd.

Würden Sie die neue Veranstaltung als Marketingvehikel oder als ein mit Herzblut organisierter Sportanlass bezeichnen?

Bürgin: Der CSI Basel ist ein Sportanlass von und für die Reitsportfans und -interessierten. Ich glaube, das sagt alles. Es entspricht in der Nordwestschweiz einem lange gehegten Wunsch in breitesten Reiterkreisen, in der Region einen grossen Anlass auf die Beine zu stellen. Dieser Wunsch ist mit dem CSI Basel in Erfüllung gegangen.

Was ist Ihre persönliche Vision für den CSI Basel? Was sind Ihre Ziele?

Bürgin: Meine Vision ist, in Basel ein Reitsportanlass organisieren zu dürfen, der in der Schweiz eine grosse Bedeutung erlangt und gleichzeitig die etablierten Events in Zürich, Genf und St. Gallen nicht konkurriert. Ziel ist es, die Veranstaltung finanziell solide abzustützen und so nachhaltig wie möglich aufzubauen.

Wie gross waren Ihre Bedenken, das Projekt CSI Basel ausgerechnet während einer schwierigen Konjunkturphase in Angriff zu nehmen?

Bürgin: Für ein überzeugendes Projekt ist der Zeitpunkt selten falsch. Jedenfalls ist das meine Erfahrung. Klar haben wir uns viele Gedanken darüber gemacht, aber je mehr das Projekt Gestalt annahm und Gespräche geführt wurden, desto mehr standen die Ampeln auf Grün. Zudem fand ich mit dem Basler Springreitsport-Mäzen Thomas Straumann einen von Beginn an begeisterten Mitstreiter für diese Idee.

Wie gestaltete sich die Sponsorensuche in Anbetracht der angespannten Wirtschaftslage?

Bürgin: Praktisch alle Sponsoren, die schon bei den kleineren Springturnieren bei uns mitgemacht haben, erklärten sich bereit, auch den nächst grösseren Schritt gemeinsam mit uns zu machen und den CSI Basel zu unterstützen. Das ist voll und ganz im Sinne einer gelebten Partnerschaft, auf dessen Basis sich ein Event und die Sponsoren weiterentwickeln können. Und

wir sind stolz darauf, dass es uns gelungen ist, mit Moser & Cie einen starken Hauptsponsor gefunden zu haben. Das Unternehmen hat sich für vorerst drei Jahre verpflichtet und will den Anlass als Marketing- und Kommunikationsplattform nutzen.

Hat die Veranstaltung genug Potenzial, in der Region sowohl vom Zuschauer- als auch vom Sponsorenmarkt getragen zu werden?

Bürgin: Davon bin ich fest überzeugt, ja. Wir haben in Basel im Sport den FC Basel und die Davidoff Swiss Indoors. Da bin ich schon der Meinung,

«Im ersten Jahr will ich mit dem CSI Basel mindestens mit einer schwarzen Null abschliessen.»

dass es noch ausreichend Platz hat für einen dritten Grosssportanlass. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit unserem Hauptsponsor, H. Moser & Cie, ist es uns schliesslich gelungen, den CSI Basel in diesem Jahr zu lancieren.

Wie gross ist das Budget im ersten Jahr? Inwieweit ist die Finanzierung gesichert?

Bürgin: Das Budget beträgt gut 2 Millionen Franken. Die Finanzierung ist gesichert, hängt jedoch weitgehend von der Besucheranzahl ab. Wir haben uns überlegt, eine solche Veranstaltung nicht schüchtern im kleinen Rahmen durchzuführen, sondern gleich richtig mit der grossen Kelle anzurühren: ein internationales Top-Springturnier auf Vier-Sterne-Niveau.

Welche Besucherzielgruppen wollen Sie mit dem CSI Basel ansprechen?

Bürgin: Ein möglichst breites Publikum von Jung bis Alt und natürlich die Familien. Die Hauptzielgruppe sind aber sicher alle am Pferdereitsport Interessierten aus der ganzen Schweiz und dem grenznahen Ausland.

Wie viele Besucher brauchen Sie für ein ausgeglichenes Budget?

Bürgin: Für eine schwarze Null in der Buchhaltung benötigen wir eine Mindestauslastung von insgesamt 10'000 Besuchern, was bewusst tief angesetzt ist. Insgesamt stehen uns 24'000 Sitzplätze zur Verfügung, pro Tag 6000 Plätze.

Wie verlief der Vorverkauf?

Bürgin: Der Vorverkauf lief zu Beginn eher schleppend, zog dann aber drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn rapide an. Das ist bei Reitsportanlässen üblich und kann nicht mit Popkonzerten verglichen werden, die schon innert weniger Stunden ausverkauft sein können.

Wann wollen Sie mit der Veranstaltung spätestens schwarze Zahlen schreiben?

Bürgin: Ich habe in Basel 35 Jahre lang eine Grossmetzgerei geführt. Ein gesunder Finanzhaushalt ist für mich ein absolutes Muss. Im ersten Jahr will ich mit dem CSI Basel mindestens mit einer schwarzen Null abschliessen. Es geht uns mit dem CSI Basel nicht ums Geldverdienen, aber das Gewinnstreben ist wichtig, weil die Veranstaltung Reserve- und Investitionskapital generieren muss.

Wer übernimmt ein eventuelles Defizit und wie viel?

Bürgin: Basel Stadt garantiert einen Defizitbetrag von 80'000 Franken und der Kanton Basel Land von 30'000 Franken.

Wie wollen Sie den CSI Basel gegenüber den anderen grossen Reitsportevents in der Schweiz positionieren?

Bürgin: Wir positionieren den CSI Basel als besonderes reiter- und pferdefreundliches, internationales ▶



Der 1. CSI Basel mit einem selbstbewussten Auftritt hochkarätigem Reitsport ...

► Weltklasse-Springturnier. In Basel nehmen mehr Weltranglistenreiter teil als anderswo in der Schweiz. Der CSI Basel ist für Weltranglistenreiter besonders interessant, weil der Anlass der erste Concours im neuen Jahr ist, und mit total 495'000 Franken ein beachtliches Preisgeld lockt. Ich bin in ganz Europa herumgereist und habe dabei die Konzepte der verschiedenen CSI-Veranstaltungen genau studiert. Letztlich kann man aber einen CSI nicht neu erfinden, also übernehmen wir funktionierende Elemente und passen diese unseren Bedürfnissen an – wie beispielsweise den Hospitality-Bereich. Es gibt jedoch einige Sachen, die wir in Basel besser machen wollen und die letztlich die Differenzierung zu anderen Veranstaltungen ermöglicht.

Und das wäre?

Bürgin: Wir wollen reiter- und pferdefreundlich sein. Der Anlass ist nicht nur für Pferdenarren gedacht, sondern auch für das breite Publikum, die am Reitsport- und insbesondere am Springreiten interessiert sind.

Wie sieht das Veranstaltungskonzept des CSI Basel aus? Was für eine Rolle spielt das Unterhaltungs-Rahmenprogramm?

Bürgin: Neben dem Hauptprogramm, den insgesamt 15 Springprüfungen an

vier Tagen, haben wir jeweils täglich einen attraktiven Showblock eingebaut. Die diesjährige Hauptattraktion bildet das inzwischen weit über die Landesgrenze bekannte «Top Secret Drum Corps» aus Basel. Zudem treten verschiedene Pipe-Bands und Musikformationen mit insgesamt rund 150 Musikern auf. Die Organisation dieses speziellen Showprogramms liegt in professionellen Händen, nämlich der Basel Tattoo Productions, dem Veranstalter des Basel Tattoo. Ebenfalls interessant ist der Ausstellerbereich mit mehr als 40 Ständen im gesamten Foyer der Basler St. Jakobshalle. Und selbstverständlich gehört ins Veranstaltungskonzept auch ein qualitativ hochstehendes Hospitality-Programm.

Das «Top Secret Drum Corps» tritt immer wieder am Basel Tattoo auf, zudem im letzten Herbst mit einer eigenen Show in der St. Jakobshalle und jetzt noch einmal am CSI Basel im Januar. Ein bisschen viel Top Secret in Basel in kurzer Zeit.

Bürgin: Nein, das glaube ich nicht. Das Basel Tattoo im Jahr 2009 war innerhalb weniger Tage ausverkauft wie übrigens bereits auch schon die neue Produktion in diesem Jahr. Es gibt also viele Besucher, die nun Gelegenheit bekommen, Top Secret am CSI Basel zu sehen und gleichzeitig Reitsport-

atmosphäre auf hohem Niveau erleben zu können.

Wie stark soll der Showanteil am CSI Basel gewichten?

Bürgin: Der Showanteil beträgt von Donnerstag bis Samstag je gut eine Stunde. Am Sonntag wird es nur eine kleine Show geben – da wollen wir dem Publikum Reitsport vom Feisten bieten. Gemessen am Reitsport ist der Showanteil also wesentlich geringer. Der Sport steht klar im Vordergrund in Basel.

Warum wollen Sie überhaupt einen Showteil im Programm?

Bürgin: Sport und Entertainment auf hohem Niveau gehören zusammen. Das Publikum erwartet das heute. Wer als Veranstalter ein breites Zielpublikum ansprechen will und nicht nur das Fachpublikum, der muss eine harmonisierende Mischung aus Sport und Show bieten. Was die richtige Mischung ist, muss aber jeder Veranstalter für sich selbst herausfinden. Ist der Showblock zu dominant oder zum falschen Zeitpunkt programmiert, dann riskiert der Veranstalter halbleere Ränge in den Zuschauertribünen. Aber letztlich können von einem guten Mix aus Sport und Show alle profitieren: der Reitsport als Ganzes, die Besucher, die Sponsoren, die



... und einem erstklassigen Rahmenprogramm: Das Basler «Top Secret Drum Corps».

Medien und auch neue Zielgruppen, die auf diese Art mit dem Reitsport in Kontakt kommen.

Der CSI Basel ist Mieter der St. Jakobshalle. Welche Vermarktungsrechte können Sie in der Halle kommerziell nutzen beziehungsweise welche nicht?

Bürgin: Wir können in der Halle sämtliche Vermarktungsrechte nutzen. Bis auf ein Gastronomiebetrieb werden die restlichen Restaurants vom Betreiber der St. Jakobshalle bewirtschaftet. Zudem können wir die Lieferanten von Champagner, Kaffee und Fleischwaren bestimmen.

Wie sieht das Sponsoringkonzept aus und wie viel Kosten die höchsten Kategorien?

Bürgin: Unser Sponsoringkonzept basiert im Wesentlichen auf vier Kategorien: einem Hauptsponsor, maximal drei Goldsponsoren, fünf Silbersponsoren und acht Partnern. Das Goldsponsoring liegt je nach Leistungsvereinbarungen in der Preisklasse zwischen 100'000 und 150'000 Franken. Das Silbersponsoring zwischen 70'000 und 100'000 Franken. Schliesslich die Kategorie Partner, die je nach Leistung einen entsprechenden Gegenwert erhalten. Unsere Philosophie ist es, allen interessierten Unternehmen, vom Konzern, über KMUs bis zur lokalen Kleinstfir-

ma ein individuelles Paket anbieten zu können, vom einfachen Inserat im Programmheft über Bandenwerbung in der Arena bis zum VIP-Tisch und umfassenden visuellen Brandingauftritten.

Wie präsentiert sich die Sponsoring-situation? Haben Sie alle grossen Pakete verkaufen können?

Bürgin: Wir starten im ersten Jahr bereits mit einer soliden Sponsoringstruktur. Die grössten Sponsoren sind für vorerst drei Jahre dabei. Das gibt uns eine gewisse Planungssicherheit. Für die zweite Austragung des CSI Basel im Jahr 2011 hat es noch Platz für zwei Gold- und drei Silbersponsoren. Auf der Partnerstufe sind je Branche und Exklusivität zusätzliche Unternehmen jederzeit willkommen.

Ist auch ein Titel- oder Presentingsponsoring möglich?

Bürgin: Das Titel- oder Presentingsponsoring ist eine mögliche Variante, die wir bei Interesse gerne prüfen. Bisher liess sich das nicht realisieren.

Warum ist es nicht gelungen, je einen Sponsor aus der Basler Pharma- und Logistikbranche für den Anlass zu begeistern?

Bürgin: Selbstverständlich haben wir auch bei der starken Basler Phar-

maindustrie und bei grossen Logistikunternehmen angeklopft, leider ohne Erfolg. Spitzensport passe mit wenigen Ausnahmen nicht in die Sponsoringstrategie, heisst es unisono. Der Umstand, dass Basel eine Kulturstadt ist und keine Sportstadt, macht das Ganze nicht einfacher. Entsprechend fördern Basler Unternehmen lieber die Kultur. Als ob Reitsport nicht auch Kultur wäre! Aber wer weiss, vielleicht gelingt es uns eines Tages doch noch, den einen oder anderen Sponsor aus diesen Branchen begeistern zu können. Ganz ohne Transportunternehmen stehen wir übrigens nicht da, aber einfach auf einer kleineren Partnerstufe.

Ein schwacher Trost.

Bürgin: Für mich ist nicht entscheidend, nur mit grossen Sponsoren zusammenarbeiten zu können. Ein kleiner Partner ist mir genauso lieb wie ein grosser Sponsor. Entscheidend ist einfach, dass uns ein Partner im Rahmen seiner Möglichkeiten unterstützt. Da können kleine Partner unter Umständen mehr leisten als ein grosser.

Wie sieht das Hospitality-Konzept aus?

Bürgin: Unser Hospitality-Herzstück bildet der «White Horse Club». Stirnseitig mit direktem Blick auf den Parcours ausgerichtet, bieten wir auf zwei Stockwerken insgesamt 48 Tische mit total 300 VIP-Sitzplätzen. Auf der gegenüberliegenden Seite gibt es für unseren Hauptsponsor und die Ehrengäste einen weiteren exklusiven VIP-Bereich.

Wie gross ist der erreichte Auslastungsgrad im Hospitality-Bereich?

Bürgin: Wir haben alle Tische verkauft.

Kommen wir noch zum Bereich TV. Wie und auf welchen Sendern wird der CSI Basel im Fernsehen übertragen?

Bürgin: Der CSI Basel wird auf www.clipmyhorse.de live im Internet übertragen. Damit gehen wir einen neuen Weg, mit dem Ziel, den Anlass gleich mit der ersten Austragung von der ersten bis zur letzten Prüfung international via neue Medien zu verbreiten. ▶

► *Warum haben Sie das Schweizer Fernsehen oder das Schweizer Sportfernsehen nicht für den Anlass gewinnen können?*

Bürgin: Die Begründung des Schweizer Fernsehens ist für mich einigermassen nachvollziehbar, zumal ihre Ressourcen bei den grossen Ski-Weltcupveranstaltungen in Adelboden und kurz darauf in Wengen, am gleichen Wochenende wie der CSI Basel, gebunden sind. Das Schweizer Sportfernsehen zeigte über eine Vermittlungsperson zwar Interesse, wollte sich jedoch die Produktion und die Live-Übertragung aufwendig bezahlen lassen, dabei konnten sie uns nicht einmal sagen, wie viele und welche Zuschauer das Programm überhaupt sehen können. Es war schlicht und einfach nicht ersichtlich, welchen Gegenwert wir für unsere Leistungen bekommen hätten. Deshalb haben wir auf eine Zusammenarbeit mit dem Schweizer Sportfernsehen verzichtet. Ich denke, für das erste Jahr sind wir mit der Internetübertragung gut bedient.

Wären Sie denn grundsätzlich bereit, die Kosten einer TV-Produktion zu tragen?

Bürgin: Nein. Ich sehe nicht ein, warum wir als Veranstalter auch noch die Arbeit für das Fernsehen machen sollten. Entweder ist unsere Veranstaltung für das Fernsehpublikum attraktiv genug oder eben nicht.

Warum nicht die TV-Produktion in Eigenregie finanzieren und international verkaufen?

Bürgin: Wir haben mit «ClipMyHorse.de» eine professionelle Produktion engagiert. Das Material, das für den Webstream produziert wird, ist in einem Format, das auch TV-Stationen verwenden können. SF oder das Schweizer Sportfernsehen können also jederzeit Material übernehmen. Die Vermarktung im Ausland ist ebenfalls organisiert, wird aber mit der ersten Ausgabe des CSI Basel schwierig sein.

Hat die fehlende Live-TV-Übertragung die Vermarktung nicht erheblich erschwert?

Bürgin: Wir haben den CSI Basel bei

der Vermarktung ohne Fernsehen angeboten – und es hat trotzdem funktioniert. Nun ist es ja nicht so, dass gar keine Bilder im Schweizer Fernsehen gezeigt werden. In den Sport-Struktursendungen und wahrscheinlich auch

«Wir haben den CSI Basel bei der Vermarktung ohne Fernsehen angeboten – und es hat trotzdem funktioniert.»

in den News-Sendungen ist mit reichweitenstarken Kurzberichten über den CSI Basel mit grosser Wahrscheinlichkeit zu rechnen. Das Einzige, was wir nicht haben, ist die Live-Berichterstattung im Fernsehen. Jedes TV-Bild mit Sponsorensichtbarkeit wird für die betreffenden Sponsoren ein Leistungs-Supplement sein, ohne Folgekosten. Sicher wäre es einfacher, die Bandenwerbung mit gesicherter TV-Präsenz verkaufen zu können. Bei den Sponsoren ist die visuelle Präsenz jedoch nur ein Teil des Engagements, sonst müsste es ja Sportwerbung heissen und nicht Sponsoring.

Trotzdem ist es erstaunlich, dass die Vermarktung ohne TV offenbar gelang.

Bürgin: Manchmal zählen die Werte einer Veranstaltung eben doch mehr als einfach nur TV-Quoten oder mit der Stoppuhr gemessene Logo-Präsenzzeiten im Fernsehen.

Hatten Sie bei der Vermarktung eigentlich Unterstützung von einer Agentur?

Bürgin: Nein. Die Sponsoringakquisition erfolgt in Eigenregie. Das soll auch künftig so bleiben. Ich denke, es ist wichtig, dass wir stets einen direkten Kontakt mit den Sponsoren haben. Gleichwohl arbeiten wir mit der Sportmarketingagentur ISA International Sports Agency in Buchs zusammen, und zwar deshalb, weil das Sponsoring von unserem Partner LGT international von der ISA betreut wird.

Was wäre, wenn Ihnen ein Unternehmen für die Vermarktungsrechte eine Garantiesumme bieten würde?

Bürgin: Wenn uns ein Vermarkter jährlich 600'000 Franken respektive eine Bankgarantie in dieser Höhe auf den Tisch legt, können wir darüber reden. Auch 400'000 Franken sind bereits möglich, dann aber nicht als exklusiver Vermarkter. Aber dieses Thema steht jetzt nicht zuoberst auf unserer Prioritätenliste: Wir müssen jetzt erst einmal beweisen, dass wir eine Veranstaltung in dieser Gröszenordnung erfolgreich über die Bühne bringen, dann haben wir bei allen Interessengruppen automatisch eine stärkere Verhandlungsposition.

Interview: Jürg Kernen

1. CSI Basel

www.csi-basel.ch

Positionierung: Internationales CSI Weltklasse-Springturnier auf Vier-Sterne-Niveau

Datum: 14. bis 17. Januar 2010

Preisgeld: 495'000 Franken

Budget: 2 Millionen Franken

Zuschauerkapazität:

4 x 6000 Sitzplätze

Hospitality «White Horse Club»:

48 Tische mit total 300 Plätzen

Catering: Berchtold Catering

Sponsoren CSI Basel

Hauptsponsor

H. Moser & Cie

Goldsponsor

LGT

Silbersponsor

Stadt Basel

Partner

Helvetia, Emil Frey AG,

Hotel Les Trois Rois

Medienpartner

Basler Zeitung BaZ, Pferdewoche

Quelle: CSI Basel 2010