

Basel aktuell.

Basel⁺

Culture Unlimited.

Bulletin für Mitglieder & Partner, Dezember 15, Nr.4, Basel Tourismus

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Das Jahr 2015 markierte einen wichtigen Meilenstein für den Verein Basel Tourismus, konnten wir doch unser 125-jähriges Jubiläum begehen, über das wir in dieser Ausgabe ausführlich berichten (S. 4). Zudem gab es bei Basel Tourismus auch in personeller Hinsicht einige Änderungen zu verzeichnen. Nebst der Wahl von Dr. Carlo Conti zum neuen Präsidenten haben wir die Abteilungen Incoming Services und Convention Bureau zusammengelegt, um Synergien künftig noch besser nutzen zu können. Dafür haben wir uns Verstärkung ins Haus geholt: Seit September 2015 amtiert Philipp Schmid als neuer Leiter dieser neu formierten Abteilung sowie als Mitglied der Geschäftsleitung. Gerne heissen wir ihn auch an dieser Stelle im Kreise von Basel Tourismus herzlich willkommen und wünschen ihm viel Erfolg.

Ein ereignisreiches Jahr neigt sich dem Ende zu und wir blicken gespannt auf die neuen Herausforderungen, die in den kommenden zwölf Monaten vor uns liegen. Darunter befinden sich durchaus auch einige Herkules-Aufgaben, wie der erneute Relaunch von basel.com, das Vorantreiben der Implementierung eines W-LAN Netzes für übernachtende Gäste und die Überarbeitung unseres Corporate Designs. Bevor wir diese in Angriff nehmen, möchten wir aber kurz innehalten und Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, von Herzen eine schöne Adventszeit wünschen.



Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus



Festliche Stimmung auf dem Münsterplatz.

Die Weihnachtsstadt Basel.

Es ist wieder so weit: Funkelnder Lichterglanz, herrliche Düfte und ein stimmungsvoller Weihnachtsmarkt entfalten derzeit in Basel ihren ganz besonderen Charme.

Die Stadt am Rhein hat sich in den vergangenen Jahren zu einer Weihnachtsmetropole mit internationalem Charakter entwickelt. Und dies kommt nicht von ungefähr: Hinter den Kulissen sorgen vielfältige Marketingaktivitäten dafür, dass die Weihnachtsstadt Basel im In- und Ausland bekannt gemacht wird. Davon profitiert nicht nur der Tourismus, sondern auch die Gastronomie, die zahlreichen Kulturinstitutionen und der Detailhandel. Der Verein Basler Weihnacht, bestehend aus Vertretern von Basel Tourismus, dem Standortmarketing, Pro Innerstadt, dem Gewerbeverband Basel-Stadt und der IWB, ist sich der grossen Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts bewusst und wirbt mit Broschüren, Plakaten und Railpostern für das weihnachtliche Basel.

Eine weitere Marketingmassnahme setzte Basel Tourismus in diesem Jahr zusammen mit dem Präsidentsdepartement des Kantons in Frankfurt

um und sponserte die beliebte Weihnachtstanne auf dem Römerberg. Durch die zusätzliche Präsenz am Weihnachtsmarkt erhofft sich Basel Tourismus, unseren nördlichen Nachbarn die Stadt Basel und ihr vielseitiges Angebot näher zu bringen. Denn in Basel gibt es immer wieder auch Neues zu entdecken: Nebst traditionellen Schauplätzen wie dem Münster- und dem Barfüsserplatz gibt es seit diesem Jahr auch die erste Adventsgasse Basels. In der Rheingasse erwartet die Besucher ein gastronomisches Angebot der Extraklasse und auch die Kleinen kommen voll auf ihre Kosten.

Für das Fortbestehen der hiesigen Weihnachtstradition engagieren sich öffentliche wie private Akteure mit viel Herzblut. An dieser Stelle ein grosses Dankeschön! Ohne sie gäbe es keine Basler Weihnachtsatmosphäre, kein Funkeln und kein Glitzern in unseren Strassen.

Die Rheingasse – ein Ort der Begegnung.

Tino Krattiger hat viele Übernamen: «Kulturfluss-Kapitän», «Wilde Maa von Kleinbasel» oder «Kulturrebell». Nun ist der engagierte Basler auch noch Organisator des neusten Weihnachtsmarktes in Basel. Und wo sonst könnte dieser stattfinden, wenn nicht an der Rheingasse?



Tino Krattiger, Organisator Adväntsgass.

Woher kommt Ihre Verbundenheit zur Strasse zwischen Rhein und Claraplatz?

Ich bin hier vor rund 50 Jahren gross geworden. Damals war die Rheingasse alles andere als eine Vorzeigestrasse, aber sie war echt und beherbergte Menschen aus verschiedensten Schichten dieser Gesellschaft. Und diese Echtheit kommt mit dem lebendigen Boulevard langsam wieder zurück.

Was erwartet den Besucher in der Rheingasse zur Weihnachtszeit?

Ein höchst vielfältiges gastronomisches Angebot – da gibt es für fast jeden Geschmack etwas. Nebst ansässigen und ein paar auswärtigen Gastronomen, die sich speziell für die Adventszeit auf der Gasse etwas einfallen liessen, kommen die kleinen Besucherinnen und Besucher auf ihre Kosten. Von der alten Schiffsschaukel, bis zum Märchen, vom Zirkuswagen bis zur Zirkusmaus findet sich hier fast alles, was Kinderherzen begehren.

Was hat Sie bei der Planung dieses Projektes am meisten überrascht?

Für mich ist es immer wieder spannend zu sehen, wie ein solches Projekt an Dynamik gewinnt. Lanciert werden konnte es nur dank der Unterstützung der Manor, der Christoph Merian-Stiftung, des Claraspitals, des Lächerli Huus sowie unserer Medienpartner Radio Energy Basel, dem Vogel Gryff und der Tageswoche. Beim Kinderprogramm tatkräftig geholfen haben uns Culture Kitchen, die Reformierte Kirchgemeinde Kleinbasel, die Robi Spiel-Aktionen und die Römisch-Katholische Kirche des Kantons Basel-Stadt. In den letzten Wochen vor dem Event konnten wir richtig spüren, dass viele weitere Menschen Anteil nahmen an der Entstehung der Adväntsgass

im Glibasel: Oftmals durch konkrete Hilfsangebote oder durch das Interesse am Betrieb eines Stands. Auch die Basler Weihnacht hat uns gezeigt, dass sie sich über den Zuwachs für die Weihnachtsstadt Basel freut und uns in Sachen Beleuchtung und Kommunikation unterstützt.

Wie sieht die Zukunft der Rheingasse aus? Gibt es nebst dem Weihnachtsmarkt weitere Projekte?

Ich denke nach dem 24. Dezember geht auch die Rheingasse stillere Wege. Aber der Boulevard mit wärmendem Feuer und Wolldecken bleibt durch die ansässigen Gastronomen in reduzierter Form sicher erhalten. Das nächste grosse Projekt wird wohl der Fall der Mauer zum Arbeitsamt sein. Was dabei entsteht, ist ein wunderschöner und enorm grosser Platz an einer Stelle, die bisher eng und etwas verstellt wirkte.

Was wünschen Sie sich für die Rheingasse und das Quartier?

Dass die wenigen kritischen Anwohner erkennen, dass ein Ort der Begegnung etwas vom Wichtigsten ist, was unserer beschleunigten Welt gut tut und etwas vom Schönsten, was einer Strasse widerfahren kann.

Neue Impulse für die Tourismusregion Basel.

Am Dienstag, 20. Oktober 2015 fand der 3. Basler Tourismustag im Stadtcasino statt. Rund 130 Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten dabei über Ideen zur Weiterentwicklung der Tourismusregion Basel.

Mit dem alle zwei Jahre stattfindenden Anlass will Basel Tourismus ein branchenübergreifendes Tourismusbewusstsein fördern und neue Denkanstösse für die touristische Vermarktung der Stadt Basel generieren. An der vom neuen Präsidenten Dr. Carlo Conti eröffneten Veranstaltung stand in diesem Jahr die Belebung der Innenstadt im Fokus. Damit wurde ein Anliegen aufgenommen, welches sich bereits an der letzten Tagung deutlich manifestiert hat. In den moderierten Workshops wurden sich die Teilnehmenden aus Hotellerie, Gastronomie, Gewerbe, Verwaltung und Politik bald einig, dass das touristische Angebot an Sonntagen unbefriedigend ist und zentrale Plätze und Strassen für das Verweilen von Touristen zu wenig attraktiv gestaltet sind. Als mögliche Lösungsansätze wurden Ideen wie etwa die Organisation von Sonntagsmärkten oder Platzkonzerten eingebracht. Auch die bessere Inszenierung und Vermarktung des Dreilandes war ein häufig genannter Wunsch, welcher beispielsweise durch ein trinationales Streetfood Festival verwirklicht werden könnte.

Daniel Egloff zeigt sich von den Ergebnissen der Veranstaltung zufrieden. «Uns ist es wichtig, die Bedürfnisse unserer Branche aus erster Hand zu erfahren und in einem breiten Kontext diskutieren zu können.» Mit dem im Sommer umgesetzten Gästeservice «Flying Concierges» und dem E-Learning Tool «Du bist Basel» konnten bereits zwei wichtige Anliegen aus dem letzten Tourismustag aufgenommen werden, so der Direktor von Basel Tourismus. Andere Vorschläge wie die Erweiterung des Mobility Tickets um kostenlose Museumseintritte seien noch in der Projektierungsphase. Basel Tourismus hofft, auch die Ideen aus dem 3. Basler Tourismustag bald umsetzen zu können.

Daniel Egloff zeigt sich von den Ergebnissen der Veranstaltung zufrieden. «Uns ist es wichtig, die Bedürfnisse unserer Branche aus erster Hand

Ein Besuch in der Abteilung Incoming & Convention Bureau.

Kongresse und Tagungen nach Basel zu holen, das ist die Aufgabe des Convention Bureaus von Basel Tourismus. Diese Herausforderung meistert es in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Incoming Services.

Nicht ohne Stolz blickt Basel Tourismus auf den letzten Dezember zurück, als der OSZE-Kongress mit über 1200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erfolgreich in Basel durchgeführt wurde. Solche Referenzen sind enorm wichtig, um weitere Kongresse nach Basel zu holen. Bis anhin finden jährlich 30 bis 40 Kongresse am Rheinknie statt, weitere 10 bis 15 sollen hinzukommen. Doch das Bewerbungsverfahren sei aufwändig, erklärt Astrid Dietschi. Zusammen mit ihrem Arbeitskollegen Stefan Bonsels arbeitet sie oft Jahre daran, für die Stadt Basel Tagungen oder Kongresse zu gewinnen. Jährlich reicht das Convention-Team bis zu 20 Bewerbungsdossiers ein, wobei es vier bis fünf in die nächste Runde schaffen. Dieser Prozess erfolgt stets in enger Zusammenarbeit mit dem Congress Center Basel. Ist der Entscheid gefallen, dass ein Kongress nach Basel kommt, übernimmt die Incoming Services-Abteilung die Organisation und ist bemüht, das richtige Hotel sowie ein spannendes Rahmenprogramm für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu erarbeiten. Aufgrund dieser engen Zusammenarbeit wurden die beiden Abteilungen im Herbst 2015 zusammengelagt.

Doch wie kann sich das vermeintlich kleine Basel überhaupt gegen Grossstädte wie Wien oder Paris durchsetzen? Die zentrale Lage des Congress Center Basel, die kurzen Wege innerhalb der Stadt, der nahegelegene Flughafen und die hohen Sicherheitsstandards seien gute Verkaufsargumente, erklärt Stefan Bonsels. Einzig der starke Franken erschwere den Wettbewerb mit anderen europäischen Städten. Im Vergleich zu Genf oder Zürich ist Basel aber preislich immer noch gut aufgestellt. Dass die Stadt Basel das Thema

Kongresse ernst nimmt, zeigt sich auch an der Gründung eines Gremiums zur gezielten Förderung von Kongressen. Darin vertreten sind nebst Basel Tourismus unter anderem auch das Congress Center Basel, die Universität Basel, die Wirtschaftsförderung und das Standortmarketing. Basel ist bis anhin die einzige Stadt schweizweit, die über eine solche Kongressförderung verfügt und Basel Tourismus erhofft sich dadurch einen nachhaltigen und langfristigen Erfolg.



Philipp Schmid mit seinem Team, der Abteilung Incoming & Convention Bureau.

Basel mit «Culture Unlimited» ausgezeichnet.

Besondere Ehre für Basel Tourismus: Mit dem Claim «Culture Unlimited» wurde die Stadt am 29. Oktober 2015 in Berlin zur Europäischen Kulturtourismusregion des Jahres gewählt.

Die Verleihung des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investment im deutschsprachigen Raum, fand diesen Herbst bereits zum zehnten Mal statt. Die Kulturmarkenawards werden für die besten Marketingstrategien von Kultur-Anbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen und Bildungsprogramme in Kultur sowie für die engagiertesten Kulturmanager in Deutschland, Österreich und der Schweiz verliehen. Aus 99 Bewerbern hat eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 21 Nominierte in sieben Kategorien ausgewählt.

Nebst Basel Tourismus sind in der Kategorie Europäische Kulturtourismusregion des Jahres Le Voyage à Nantes und die Berliner Tourismusmarke Dein Treptow-Köpenick nominiert worden,

wobei Basel sich als Siegerin durchsetzen konnte. Die Jury begründete ihre Entscheidung im Rahmen der Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt in Berlin mit der innovativen Markenführungsstrategie von Basel Tourismus sowie dem breit aufgestellten Markenmanagement. Ebenfalls positiv beeinflusst haben sie die nachhaltigen Investments in Kulturinstitutionen von Weltruf. Christoph Bosshardt, Vizedirektor und Marketingleiter von Basel Tourismus, nahm den Preis in Berlin entgegen. «Für uns ist das eine Bestätigung, dass wir mit der im Jahre 2002 eingeführten Marke Basel Culture Unlimited und dem Kommunikationsschwerpunkt Kultur auf dem richtigen Weg sind», meint er. «Zudem sehen wir die Auszeichnung als Ansporn, weiter nach kreativen Wegen zu suchen, um für die Kulturstadt Basel zu werben».



Basel Tourismus nimmt in Berlin den Preis entgegen.

Quartalsangebot.

Winterwanderpässe der Aletsch Arena zu gewinnen.

Gewärmt von der Walliser Sonne, begleitet von funkelnden Schneekristallen in der tief verschneiten Landschaft, wird das Winterwandern in der Aletsch Arena zum besonders eindrucksvollen Erlebnis: Wo sonst wird man mit einem Panoramablick auf die Viertausender des Wallis oder den Grossen Aletschgletscher belohnt? Als «Basel aktuell»-Leserin oder -Leser haben Sie die Gelegenheit, 2x2 Winterwanderpässe im Wert von je CHF 40 für die Saison 2015/2016 zu gewinnen.

Senden Sie eine Postkarte mit dem Stichwort «Aletsch» und Ihren Koordinaten an Basel Tourismus, Mitgliederwesen, Aeschenvorstadt 36, 4010 Basel. Oder eine E-Mail an: baselaktuell@basel.com

Einsendeschluss ist der 4. Januar 2016. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden ausgelost. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Das Jubiläumsjahr von Basel Tourismus: Ein Rückblick.

Spannende zwölf Monate voller Überraschungen, Aktivitäten und Glückwünschen liegen hinter uns.

Das 125-jährige Bestehen feierten wir sowohl nach aussen als auch nach innen: Einerseits mit einer Kampagne in der Basler Zeitung, dank der die Baslerinnen und Basler an unseren Festivitäten teilhaben konnten, andererseits aber auch mit Anlässen für unsere Mitarbeitenden, die tagein tagaus als Basel-Botschafter fungieren und somit die wichtigste Visitenkarte unserer Organisation bilden. Zudem luden wir im Anschluss an die Generalversammlung vom 9. Juni 2015 ausgewählte Partner, Weggefährten und Vertreter aus Politik und Wirtschaft ins Grand Hotel Les Trois Rois zum Abendessen ein. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Basler Zeitung erschien jeden ersten Donners-

tag im Monat ein Bericht über unseren Verein. Dabei wurden die unterschiedlichen Tätigkeiten von Basel Tourismus genauer vorgestellt und im Rahmen eines Wettbewerbs einzigartige Preise verlost. Die glücklichen Gewinner durften zum Beispiel von einem Balkon in der Basler Innenstadt den Morgenstreich geniessen, wurden bei Tanja Grandits kulinarisch verwöhnt oder konnten hinter die Kulissen des Basler Tattoos schauen. Auf basel.com/125jahre konnte man die einzelnen Aktivitäten verfolgen – und wir durften uns über diverse Glückwünsche von Ihnen, liebe Partner und Mitglieder, freuen. Herzlichen Dank dafür!

Der Viertelkreis – Quartierbaiz mit viel Ambiente.

Geheimtipp von Philipp Schmid, Head of Incoming & Convention Bureau und Mitglied der Geschäftsleitung.

Das Restaurant Viertelkreis an der Gundeldingerstrasse hat sich in den letzten Jahren zu einem beliebten Treffpunkt für Gäste entwickelt, welchen Nachhaltigkeit, saisonale Produkte und marktfrische Zutaten am Herzen liegen. Das Team rund um Christoph Lehmann und Tanja Allemann ist stets auf der Suche nach frischen Kreationen, regionalen Metzgern, kreativen Käse- und feinem Olivenöl. Abgerundet wird das Angebot durch innovative Winzer mit erlesenen Weinen. Lassen Sie sich vom vielseitigen Angebot und von der gemütlichen Atmosphäre im Viertelkreis überraschen.

Restaurant Viertelkreis

Gundeldingerstrasse 505
4053 Basel

Öffnungszeiten

Dienstag – Freitag

11.30 – 14.00 & 18.00 – 24.00 Uhr

Samstag

18.00 – 24.00 Uhr

Impressum

Bulletin für Mitglieder & Partner

Erscheint vierteljährlich, Auflage: 3000 Exemplare
Herausgeber: Basel Tourismus, Aeschenvorstadt 36,
CH-4010 Basel, T 061 268 68 68, F 061 268 68 70
info@basel.com, www.basel.com

Druck:

STEUDLER PRESS

Stuedler Press AG, Zeughausstrasse 51, 4020 Basel
T 061 319 90 40, F 061 319 90 49
info@stuedlerpress.ch, www.stuedlerpress.ch



Treffpunkt im «Gundeli»: Der Viertelkreis.

AZB
4010 Basel

Basel Tourismus
4010 Basel