

Basel aktuell.

Basel⁺

Culture Unlimited.

Bulletin für Mitglieder & Partner, September 15, Nr.3, Basel Tourismus

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Die Wirkung von touristischem Marketing zu messen ist schwierig. Wohl kennen wir die Anzahl der übernachtenden Gäste und deren Herkunftsländer. Welchen Einfluss unsere Werbemassnahmen auf ihre Reiseentscheidung gehabt haben, können wir aber nur selten exakt nachvollziehen. Umso wichtiger ist es zu wissen, was die Besucherinnen und Besucher unserer Stadt erwarten, welche Bedürfnisse sie haben und ob sie mit dem touristischen Angebot zufrieden sind. Der Tourismusmonitor Schweiz bietet hierzu interessante Erkenntnisse. So sind beispielsweise Empfehlungen von Freunden und Bekannten die mit Abstand wichtigste Informationsquelle unserer Freizeitgäste. Dies zeigt, wie wichtig es ist, dass unsere Gäste positive Erlebnisse mit nach Hause nehmen.

Sowohl unsere Flying Concierges als auch die neue E-Learning Plattform «Du bist Basel!» tragen dazu bei, dass sich Besucherinnen und Besucher hier willkommen fühlen und kompetent beraten werden. Gastfreundschaft ist ein Bedürfnis, das laut der Umfrage von den Reisenden in etwa gleich hoch bewertet wird wie die gute Erreichbarkeit oder die Atmosphäre einer Destination. Aus diesem Grund sind wir auch in Zukunft darum bemüht, unseren Gästen die bestmögliche Servicequalität zu bieten und danken auch Ihnen, wenn Sie in Ihren Begegnungen mit Touristinnen und Touristen dafür sorgen, dass diese Basel in guter Erinnerung behalten und ihren Freunden und Bekannten davon berichten.



Christoph Bosshardt, Vizedirektor.



Mit seinem vielseitigen Kulturangebot hebt sich Basel von anderen Schweizer Städten ab.

Basel punktet mit Kultur und guter Erreichbarkeit.

Freizeittouristen schätzen in Basel vor allem das kulturelle Angebot, die schöne Altstadt und die gute Erreichbarkeit. Weniger begeistert sind unsere Gäste hingegen vom Preis-Leistungs-Verhältnis und den Parkmöglichkeiten in unserer Stadt. Dies ergab eine gross angelegte Befragung von Schweiz Tourismus.

Die Positionierung von Basel als Kulturstadt kommt nicht von ungefähr. Gemäss dem aktuellen Tourismusmonitor Schweiz, einer umfassenden Befragung von übernachtenden Freizeittouristen durch Schweiz Tourismus, wird Basel primär mit Kultur, einer geschichtsträchtigen Vergangenheit und mit guter Erreichbarkeit assoziiert. Im Vergleich mit anderen Schweizer Städten weist die Stadt am Rhein in diesen Bereichen gar die mit Abstand höchsten Imagewerte auf. Während beispielsweise 48.9% der Befragten die Stadt Basel mit einem hohen kulturellen Erlebniswert in Verbindung bringen, liegt der Durchschnitt der Schweizer Städte bei bescheidenen 28.2%.

Auch bei den Aktivitäten schwingt die Kultur oben aus. 49% der Befragten in Basel gaben an, ein Museum zu besuchen, beim Durchschnitt aller Städte waren dies lediglich 34.4%. In keiner anderen Stadt ist zudem die Zufriedenheit bezüglich kulturellem Angebot höher als in Basel mit 85.4%! Weniger gut schneidet Basel beim Preis-Leistungs-Verhältnis ab. Gerade mal 17.2% der Besucher zeigen sich damit zufrieden, womit Basel zusammen mit Genf das Schlusslicht bildet. Ein Grossteil der Kommentare dazu bezieht sich auf die Preise in der Gastronomie. Den im Städtevergleich schlechtesten Zufriedenheitswert, nämlich bloss 35.5%, weist Basel bei den Parkmöglichkeiten auf.

Hervorragende Konzertsäle und moderne Infrastruktur für das Stadt-Casino Basel.

Thomas Koeb, Direktor der Casino-Gesellschaft Basel, über die geplante Erweiterung des Stadt-Casinos.



Thomas Koeb, Direktor Casino-Gesellschaft Basel.

Thomas Koeb, seit 2009 sind Sie Direktor der Casino-Gesellschaft Basel. Was sind Ihre wichtigsten Tätigkeiten?

Zum einen bin ich verantwortlich für die Betreuung unserer Kunden, sprich Veranstalter, Orchester, Künstler und Firmen, welche die Infrastruktur des Stadt-Casinos für unterschiedlichste Events nutzen. Zum anderen kümmere ich mich um die gesamte operative Führung des Stadt-Casinos. Dies beinhaltet unter anderem die Bereiche Personalwesen, Finanzen, Marketing und Verkauf sowie den Unterhalt dieses prächtigen Hauses.

Was macht den Reiz Ihrer Aufgabe aus?

Die Vielfalt, die Unabhängigkeit und die Freude an der Dienstleistung! Gemeinsam mit einem kleinen und erfahrenen Team unsere Kunden bei der Planung und Durchführung ihrer Anlässe unterstützen zu dürfen und somit einen Beitrag an das kulturelle Leben in Basel beizutragen, ist für mich sehr befriedigend.

Ab 2016 wird das Stadt-Casino durch einen Erweiterungsbau vergrössert. Wieso ist dieser Umbau nötig geworden?

Der Musiksaal des Stadt-Casinos zählt zu den ältesten und bedeutendsten Musiksälen Europas und wird für seine hervorragende Akustik international gerühmt. In allen anderen Punkten wird das Stadt-Casino den Anforderungen an ein zeitgemäßes Konzerthaus nicht mehr gerecht. Foyers, sanitäre Anlagen und Künstlerbereiche müssen renoviert und erweitert werden. Zudem

ist die gesamte Gebäudetechnik dringend sanierungsbedürftig.

Was wird sich durch den Umbau alles verändern?

Das zentrale Element des vorliegenden Projekts ist die Erweiterung des Stadt-Casinos in Richtung Barfüsserkirche. Dies ermöglicht grosszügige Foyers, Künstlerbereiche und Serviceräume. Beide Säle erhalten eine Lüftung und beide werden künftig rollstuhlgängig sein. Nebst einer umfassenden Sanierung der gesamten Gebäudetechnik wird auch die Saal- und Bühnentechnik den heutigen Bedürfnissen angepasst. Mit dem Abbruch des heutigen Eingangs- und Treppbereichs entsteht zwischen Steinenberg und Barfüsserplatz wieder eine direkte Verbindung in Form einer offenen Gasse und das Stadt-Casino orientiert sich neu sowohl zum Steinenberg als auch zum Barfüsserplatz hin.

Mit welchen Emissionen ist zu rechnen?

Die Intervention ab Frühling 2016 bis Sommer 2019 mitten in der Basler Innenstadt wird nicht ohne Emissionen über die Bühne gehen. In einer ersten Phase von März bis Dezember 2016 erfolgen die Umbauarbeiten im vorderen Teil, dem Bau von 1939. Ab Winter 2016 verschiebt sich dann die Bautätigkeit in den Bereich des Musiksaals sowie des Hans Huber-Saals. Der Konzertbetrieb

wird von Sommer 2016 bis Sommer 2019 komplett eingestellt – in dieser Zeit bietet die Casino-Gesellschaft ihren Kunden im Musical Theater Basel einen Ausweichstandort.

Uns interessiert natürlich besonders, wie es unserer Tourist Information dabei ergeht. Wird sie ihren Standort behalten können?

Grundsätzlich kann die Tourist Information ihren Betrieb am bewährten Standort aufrechterhalten – auch wenn aufgrund der Bauarbeiten insbesondere 2016 mit Lärmemissionen zu rechnen ist. Aktuell finden Gespräche mit Basel Tourismus, SBB und Gastrag statt, um für alle Beteiligten eine optimale Lösung finden zu können.

Noch weiter in die Zukunft geblickt: Was ist Ihre Vision für das neue Stadt-Casino?

Ab Sommer 2019 bietet die Casino-Gesellschaft Basel als gemeinnütziger Verein im Stadt-Casino Basel hervorragende Konzertsäle, moderne Infrastruktur und erstklassige Dienstleistungen zu äusserst günstigen Preisen an. Sie ermöglicht damit den Auftritt von international renommierten wie auch lokalen Künstlern und Orchestern und leistet dadurch einen wertvollen Beitrag an das kulturelle Leben in Basel und die Wohnqualität der gesamten Region.



Ab Sommer 2019 strahlt das Stadt-Casino in neuem Glanz.

Ein Besuch in der Abteilung Management Support.

Was genau macht eigentlich ein Management Support-Team? Bei Basel Tourismus verbirgt sich dahinter ein sehr abwechslungsreicher Aufgabenbereich, dem sich Ann Müller mit Unterstützung ihrer Praktikantin Janine Lehmann widmet.

Die beiden Damen bilden die Schnittstelle zum Vorstand und der Tourismuskommission. Sie bereiten die entsprechenden Sitzungen vor, führen Protokolle und informieren die beiden Gremien jeweils über die wichtigsten Neuerungen bei Basel Tourismus. Zudem unterstützen sie den Direktor Daniel Egloff und verantworten den Bereich Personaladministration. Dazu gehören das erste Sichten von eingegangenen Bewerbungsdossiers, der Versand von Bestätigungs- und Absagebriefen sowie die Terminkoordination für Bewerbungsgespräche. Ann Müller ist die Ansprechperson der Praktikantinnen und Praktikanten sowie der Lernenden bei Basel Tourismus. Sie hilft mit Rat und Tat, wenn es irgendwo Probleme gibt und übernimmt das Bewerten von Arbeiten und Lernsituationen.

Aber damit nicht genug: Sie fungiert auch als Sales Manager India, kümmert sich um sämtliche Verkaufsaktivitäten in diesem Markt und ist ein bis zwei Mal im Jahr vor Ort präsent, um für Basel die Werbetrommel zu rühren. Weiter sind sie und Janine Lehmann zuständig für diverse Projekte. So koordinieren sie unter anderem die Planung der Einsätze der «Flying Conci-

erges» und führen Schulungen durch. Im Rahmen der trinationalen Kooperationen setzen sie diverse Marketingmassnahmen wie zum Beispiel den Auftritt an der Art Basel in Hongkong um. Und sie organisieren Anlässe für Mitglieder: Allen voran die Mitgliederversammlung, aber auch die beliebte Mitgliederreise und Partneranlässe wie die «Happy Hour». Fragt man die beiden, was ihnen an ihrer Arbeit am besten gefällt, kommt die Antwort wie aus der Pistole geschossen: Kein anderer Job könnte spannender sein, sieht doch jeder Tag komplett anders aus.



Frauen-Power-Team: Ann Müller & Janine Lehmann.

Basler Tourismustag 2015.

Der Erfolgsanlass soll am 20. Oktober 2015 im Stadt-Casino Basel wiederholt werden.

Vor zwei Jahren trafen sich rund 120 Vertreterinnen und Vertreter aus der Hotellerie, der Gastronomie, dem Gewerbe, der Verwaltung, der Politik und der Kulturszene, um Ideen für die Zukunft des Basler Tourismus zusammenzutragen. Ein voller Erfolg, wenn man bedenkt, dass einige dieser Lösungsansätze bereits weiterentwickelt und realisiert werden konnten. So gehen Projekte wie der Flying Conciergeservice oder das ebenfalls auf dieser Seite vorgestellte E-Learning Tool auf den Tourismustag zurück. Weitere Ideen wie die Lancierung

einer Gästekarte Plus mit integriertem Gratis-eintritt in die Basler Museen sind momentan noch in der Evaluationsphase. Von der erneuten Durchführung erhofft sich Basel Tourismus wiederum wertvolle Impulse seitens der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu wichtigen Themen wie der Belebung der Innenstadt oder dem Ausbau der Infrastruktur. Der Anlass wird Fachvorträge beinhalten, aber auch über einen Workshop-Teil verfügen, bei dem konkreten Fragen zur Verbesserung der Tourismusqualität in unserer Stadt nachgegangen wird.

Du bist Basel!

Mitte Juli lancierte Basel Tourismus die E-Learning-Plattform www.dubistbasel.com, mit deren Hilfe sich bis Ende August bereits rund 900 Interessierte registrierten, um sich zu Botschaftern für unsere Stadt ausbilden zu lassen.

Im Rahmen des E-Learning-Tools werden in zwölf Modulen Themen wie Sehenswertes, Kulinarisches oder die Geschichte der Stadt mit Texten, Bildern, Erklärclips und Learning Apps vermittelt. Die User können ihre Lerneinheiten weitgehend selbst bestimmen und erhalten mit vier absolvierten Modulen à je 20 bis 30 Minuten ihr «Basel-Kenner» Diplom. Mit je vier weiteren bestandenen Modulen können sie gar ein Diplom zum «Basel-Experten» oder «Basel-Insider» erwerben.

Das Online Schulungsportal richtet sich vor allem an Hotel- und Gastronomiemitarbeitende, Taxifahrer, Mitarbeitende der BVB, der Geschäfte in der Innenstadt und der Museen sowie der Polizei. Letztere schulte Basel Tourismus Mitte August während sechs Tagen im Spiegelhof anlässlich eines allgemeinen Ausbildungskurses. Seit Ende August besteht auch die Möglichkeit, das frisch angeeignete Wissen beim Insider-Quiz unter Beweis zu stellen. Dabei müssen 13 Fragen korrekt und in möglichst kurzer Zeit beantwortet werden. Die drei besten Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewinnen tolle Preise wie zum Beispiel einen Brunch-Gutschein vom Grand Hotel Les Trois Rois.

Natürlich hoffen wir, dass auch Sie, liebe Leserin, lieber Leser, bald zum Kreis der Diplomierten oder vielleicht gar zu den glücklichen Gewinnern des Insider-Quiz gehören werden.



Quartalsangebot.

Hospitality-Tickets für das Spiel FC Basel gegen den FC Luzern zu gewinnen!

Erleben Sie in einer exklusiven Atmosphäre ein Heimspiel des FC Basels und geniessen Sie dazu kulinarische Köstlichkeiten in der neuen Hospitality-Welt des St. Jakob-Parks. Wir verlosen unter den «Basel aktuell» – Leserinnen und Lesern 2x2 Eintrittskarten für die Partie vom 29. November 2015 gegen den FC Luzern.

Senden Sie eine Postkarte mit dem Stichwort «FC Basel» und Ihren Koordinaten an Basel Tourismus, Mitgliederwesen, Aeschenvorstadt 36, 4010 Basel. Oder eine E-Mail an: baselaktuell@basel.com
Einsendeschluss ist der 9. Oktober 2015. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden ausgelost. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Das Café Frühling – «the place to be» für Kaffeeliebhaber.

Geheimtipp von Janine Lehmann, Praktikantin Management Support.

Der Kaffee ist klar die Hauptsache im Frühling an der Klybeckstrasse. Das Konzept richtet sich nach der Philosophie des «Slow Coffee». Der Trend, der in den Kaffeemetropolen dieser Welt bereits Standard ist, lädt die Menschen dazu ein, das Kaffeetrinken wieder langsam anzugehen und dabei die Aromen des Heissgetränks schätzen zu lernen. Nebst Kaffee und einem grossen Frühstücksangebot bietet das Frühling Sandwichs und Suppen für jeden Geschmack. Von süss bis salzig, gross oder klein – hier ist für alle etwas dabei und am Wochenende findet der Gast sogar noch mehr Variationen auf der Karte als unter der Woche.

Mit seiner Innenausstattung im gemütlichen Shabby Chic-Stil lädt das Frühling nicht nur morgens zum Verweilen ein, dank seiner Öff-

nungszeiten bis in den Abend hinein und seinem Angebot an Drinks eignet es sich für ein frühes Abendessen oder als erste Station einer Kleinbasel-Tour. Denn dass es sich in der Klybeckstrasse befindet, wo momentan so viel Neues entsteht, macht natürlich auch einen Teil seines Charmes aus.



Das Kunstmuseum Basel als Exportschlager.

Basel ist als Heimat berühmter Kunstwerke in Madrid und Washington D.C. präsent.

Anlässlich seiner Schliessung werden einige der Werke aus dem Kunstmuseum Basel bis Mitte September 2015 im Prado und in der Reina Sofia in Madrid gezeigt. Weitere Bestände der Öffentlichen Kunstsammlung können ab dem 9. Oktober 2015 in der Philips Collection in Washington betrachtet werden.

Basel Tourismus nutzt beide Auslandsauftritte, um sich als Heimat dieser berühmten Kunstwerke zu profilieren und dabei gleichzeitig für die Kulturstadt Basel zu werben. Gemeinsam mit Schweiz Tourismus sind anlässlich der Eröffnung der Ausstellung in der spanischen Haupt-

stadt diverse Anlässe durchgeführt worden, die auf grosse Resonanz stiessen. Zudem wurde ein Flyer gestaltet, der in grosser Auflage an die Museumsbesucher verteilt wurde und der die Möglichkeit bot, eine Reise nach Basel zu gewinnen. In den Medien haben die Basler Leihgaben viel Beachtung gefunden, was uns sehr gefreut hat. In Washington soll dieser Erfolg nun wiederholt werden, dort wird gar mit Hilfe einer eigens dafür entwickelten App auf die Stadt am Rhein aufmerksam gemacht.

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

AZB
4010 Basel

Basel Tourismus
4010 Basel

