

Massnahmen der Task Force Tourismus «I'm part of it»



Die Art Basel ist für den Standort Basel von grosser Wichtigkeit. Nicht nur aufgrund der Wertschöpfung im Gastgewerbe und der Hotellerie, sondern auch wegen ihrer grossen internationalen Ausstrahlung und ihrer Bedeutung für das Image der Stadt Basel als Kunst- und Kulturstadt. Es müssen darum alle möglichen Massnahmen ergriffen werden, um die Art Basel langfristig am Standort Basel zu halten und die Partnerschaft zu stärken.

Mit einem gemeinsamen Bekenntnis von weiten Teilen der Hotellerie und Gastronomie gegen Preisexzesse und für mehr Gastfreundschaft, startet 2023 die von allen Anspruchsgruppen getragene Initiative «I'm part of it». Gemeinsames Ziel ist, die Art Basel mit dieser umfassenden Initiative zur Stärkung der Willkommenskultur in der ganzen Stadt stärker sichtbar, spürbar und erlebbar zu machen.

Art Basel sichtbar

- Verstärkte Beflaggung entlang der Hauptachsen
- Mehr Visibilität im ÖV
- Zeitgemässe Welcome- und Info-Desks am EuroAirport und den Bahnhöfen
- «I'm part of it»-Button für alle Dienstleistende und Freundinnen und Freunde der Art Basel
- Kommunikation via Testimonial-, Influencer-, PR- und Social Media-Kampagnen

Art Basel spürbar

- Information, Sensibilisierung und Motivation via «I'm part of it»-Kampagne
- Exklusives Welcome-Package in allen Hotelzimmern
- Restaurantübergreifende Reservierungsplattform für mehr Planungssicherheit
- Verlängerte Öffnungszeiten in der Gastronomie bis 02.00 Uhr
- «Charta gegen Preisexzesse und für mehr Gastfreundschaft» – 149 Betriebe (43 Hotels und 106 Gastrobetriebe) verpflichten sich zu:
 - Schulung der Mitarbeitenden «I'm part of it»
 - Warme Küche bis 22 Uhr (Gastronomie)
 - Verlängerte Frühstückszeiten (Hotellerie)
 - Keine Überschreitung des minimalen Buchungszeitraums von drei Nächten
 - Attraktive Übernachtungsangebote für die Public Days

Art Basel erlebbar

- Rheinschwimmen von Basel Tourismus und Art Basel Management mit Galeristinnen und Galeristen
- Restaurantübergreifende Reservierungsplattform für mehr Planungssicherheit
- Neulancierung des Szene-Magazins «Bebbi Zine»

Die Herausforderung: Basel muss langfristig als Standort der Art Basel attraktiv bleiben und sich weiterentwickeln. Dazu ist ein gemeinsamer und verbindlicher Effort sämtlicher Interessengruppen erforderlich. Zielsetzung ist, dass Basel selbstbewusst die eigenen Vorteile im Wettbewerb unterstreicht und nutzt. Die Vorteile einer nahbaren Stadt mit viel Charme, Kultur und Geschichte, die sich mit ihrer Andersartigkeit als anregender und attraktiver Messestandort im Kalender internationaler Gäste positioniert.

«Wir wollen Lehren aus den Reaktionen der Gäste sowie Gastronomie- und Hotellerie ziehen und unsere Willkommenskultur stetig weiterentwickeln. Die Art Basel ist nicht nur für die touristische Wertschöpfung, sondern auch für das Image der Kulturstadt Basel von grosser Wichtigkeit.»

Letizia Elia, Direktorin von Basel Tourismus und Leiterin der Taskforce Tourismus

«Dass die Mehrheit der Basler Hotels die Initiative unterstützen zeigt, dass uns allen die Dringlichkeit der Situation bewusst ist.»

Nadine Minder, Geschäftsführerin HotellerieSuisse Basel und Region

«Die Art-Woche ist enorm wichtig für die Basler Gastronomie. Die entworfenen Massnahmen sind von einem gemeinsamen Ziel, aber auch von Fairness und gegenseitigem Verständnis geprägt.»

Maurus Ebnetter, Präsident Wirtverband Basel-Stadt

«Die Zusammenarbeit aller Player, die einen Teil zum Gesamterlebnis "Art Basel" für unsere Gäste beitragen, ist seit letztem Herbst auf einem spürbar neuen Level. Wir freuen uns, Teil zu sein dieser inspirierenden und ermutigenden Entwicklung.»

Florian Faber, Group CEO MCH Group AG

> Für zusätzliche Informationen und Button Bestellungen: www.basel.com/part-of-it