

Aktivitäten zum Mitmachen Für Kulturinstitutionen



Beteiligungsmöglichkeiten 2023 & Auswertung Fragebogen

- 1 Kooperationsformen
- 2 Open Call
- 3 Print Marketingaktivitäten 2023
- 4 Auswertung Fragebogen
- 5 Workshop

Kulturmarketing Basel Tourismus

Kooperationsformen

Marketingkooperationen	Gemeinsame Investitionen in Kommunikations- und Verkaufsmassnahmen in den Zielmärkten.	Grosse Museen (Kumu, FB, Tinguely) und Institutionen (Theater, Casino), Grossanlässe (Tattoo, Swiss Indoors)
Eventkooperationen	Gegenseitige Kommunikationsleistungen im Gegengeschäft (Sachleistungen).	Events und Festivals (Young Stage, Act Entertainment, Fantasy Basel, Filmfestivals etc.)
Contentproduktion	Gemeinsame Investition in Produktionen (Videoclips, Bilder)	individuell
Contentkooperationen	Aufnahmen von Stories und Tipps in die laufende Kommunikation von Basel Tourismus (SOM, Web, Newsletter);	Alle Kulturanbieter

Kulturmarketing

Contentkooperationen

- Je mehr Sie uns auf dem Laufenden halten, desto besser können wir Sie kommunikativ unterstützen
- Zum Beispiel in der Presse/PR-Arbeit:
 - In unseren Medienreisen: Integration in das Reiseprogramm
 - In Ihre Medienreisen: Unterstützung beispielsweise mit Hotels
 - 2022 bisher über 100 Medienschaffende und knapp 70 Medienreisen



THIS IS BASEL

Open Call

- Gerne möchten wir Sie aufrufen, mit Ihren Projekten auf Basel Tourismus zuzukommen
- Basel Tourismus möchte gerne Kulturinstitutionen in einem Ihrer Projekte unterstützen
- Ähnlich wie bei dem Projekt mit Voces Suaves übernehmen wir einen Teil der Kosten und unterstützen Sie in der Umsetzung
- Melden Sie sich gerne bei mir!



Marketingaktivitäten 2023: Deutschland

Weltkunst Sonderausgabe Basel

Die WELTKUNST ist Deutschlands führendes Kunstmagazin, gegründet 1927 in Berlin. Es ist das wichtigste Magazin für den Kunstmarkt und wird von Sammler*innen, Künstler*innen, Händler*innen und Kurator*innen gelesen.

- Erscheinung: monatlich, 14 x im Jahr (inklusive 2 Sonderhefte)
- Auflage 25 000
- Kosten für Basel Tourismus: 60 000 CHF



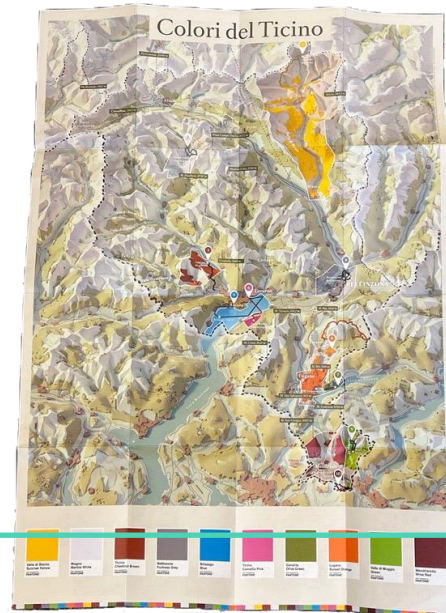
Teilnahme Möglichkeit Weltkunst

- Grössere Marketingaktivitäten finanzieren wir mit Partner*innen
- Sie können aktiv diese Ausgabe mitgestalten, um Ihre Institution zum Beispiel in der Weltkunst zu präsentieren
- Auch ohne Beteiligung kann es sein, dass Sie als Teil der Basler Vielfalt Erwähnung finden, dies ist dann jedoch nicht sicher und Sie haben keinen Einfluss auf den Inhalt

Paket Gross Max. 3 Institutionen	Paket Medium Max. 10 Institutionen	Tipp
Partnerschaften mit den grossen Museen, wie in den letzten Jahren, ca. 12 Seiten pro Museum	Redaktionelle Integration Veranstaltungshinweis Bereitstellung von Druckexemplaren zum Auslegen	Eintrag mit Kurztext, Bild & Kontakt
10 000 CHF	1000 CHF	500 CHF

Marketingaktivitäten 2023: Schweiz Transhelvetica Karte Basel

- Transhelvetica richtet sich an moderne und gut situierte Leser*innen, welche das Leben verantwortungsvoll, mit viel Lust und Spass geniessen.
- Erscheinung: 6 x im Jahr
- Auflage: 25 000
- Kosten für Basel Tourismus: 25 000 CHF



Teilnahme Möglichkeiten Transhelvetica

Paket Gross
Max. 3 Institutionen

Partnerschaften mit Museen
2 Falblatt

3000 CHF

Tipp
Max. 10 Institutionen

Redaktionelle Integration
1/2 Falblatt

500 CHF

Auswertungen des Fragebogen

- 1 Fragebogen
- 2 Ergebnisse
- 3 Workshop

Fragebogen zum momentanen Stand der Kulturmarketings in Basel

- 40 Teilnehmende, anonym
- Dauer 15 Minuten
- Überwiegend aus den Bereichen Kunst, Musik & Theater
- 32 von 40 haben bis zu 200 000 Besucher*innen jährlich
- Bei 28 von 40 Institutionen liegt der touristische Anteil der Besucher*innen unter 25 % pro Jahr

Die wichtigsten Ergebnisse

- 82 % möchten mehr Tourist*innen gewinnen
- Über die Hälfte gibt an keine personellen & finanziellen Ressourcen zu haben, um Kulturtourist*innen anzusprechen
- 72 % sehen sich als Teil des touristischen Angebots

Welche der folgenden Aussagen zur Rolle des Kulturtourismus treffen auf Ihre Institution bzw. Organisation zu?

[Weitere Details](#)

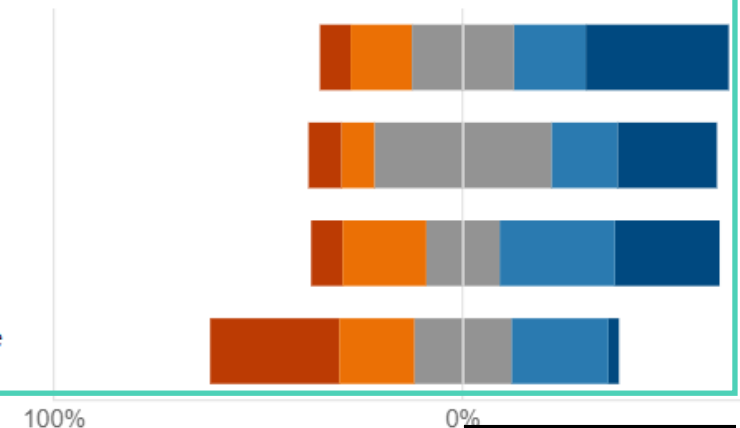
■ trifft nicht zu ■ trifft eher nicht zu ■ teils-teils ■ trifft eher zu ■ trifft zu

Tourist*innen bedeuten mehr Besucher*innen für unsere Institution bzw. Angebote

Wir erreichen Menschen, die unsere Einrichtung im Alltag nicht besuchen würden.

Die touristische Nutzung trägt zur Erhaltung des kulturellen Angebots bei.

Kulturtourismus spielt in unserer Arbeit (bisher) keine Rolle.



Die wichtigsten Ergebnisse

Inkludierung in Marketingaktivitäten

- 42 % haben keine gemeinsamen Marketingaktivitäten mit anderen Institutionen
- Knapp 82 % möchten bei Marketingaktivitäten mit Basel Tourismus involviert werden
- Knapp 85 % wünschen sich in unsere PR Arbeit involviert zu werden

Fazit 1: Sie wünschen sich, stärker in unsere Marketingarbeit eingebunden zu werden

■ Unwichtig ■ Eher unwichtig ■ teils-teils ■ Eher wichtig ■ Wichtig

Es gibt eine Ansprechperson für Kulturmarketing bei Basel Tourismus

Ein regelmässiger Austausch zwischen Basel Tourismus und Kulturakteur*innen sollte stattfinden

Basel Tourismus sollte den Austausch zwischen Kulturakteur*innen und touristischen Leistungsträger...

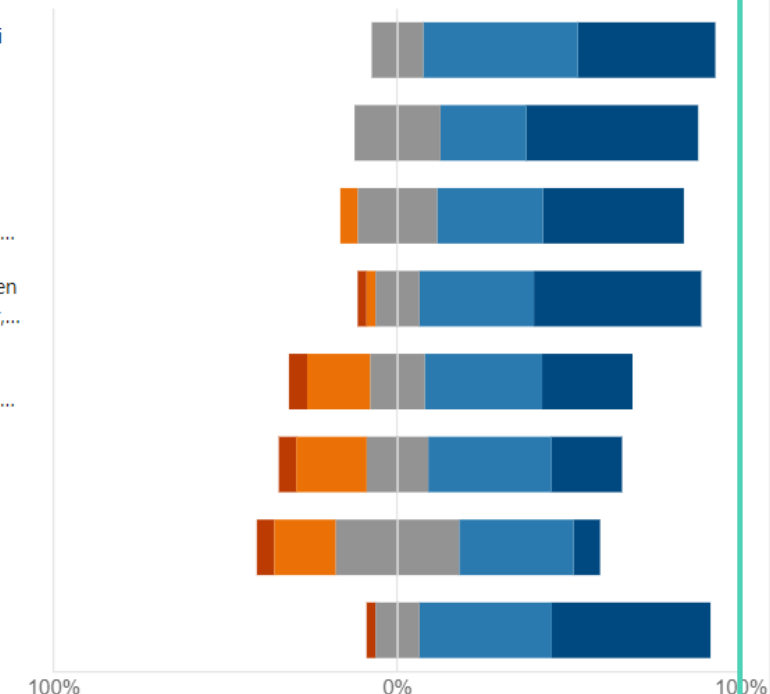
Beteiligungsmöglichkeiten für Marketingmassnahmen von Basel Tourismus (z.B. Messeauftritt, Themenflyer,...

Basel Tourismus sollte den Kontakt zu Vertriebspartner*innen (z.B. Reiseveranstalter*innen)...

Basel Tourismus sollte Kulturakteur*innen in der touristischen Angebotsgestaltung beraten

Basel Tourismus sollte systematisch Weiterbildungsmöglichkeiten (auch) für...

Basel Tourismus soll als Multiplikator in der touristischen Pressearbeit agieren.



Die wichtigsten Ergebnisse

Gemeinsame Angebote schaffen

Als Wünsche wurden genannt:

- «Partner bei der Beratung, Optimierung und Beteiligung»
- «Gut gezielte Kampagnen»
- «Neue Angebote»
- 56 % wünschen sich Beratung in der Angebotsgestaltung

Fazit 2: Die Angebote für die Gäst*innen der Kulturinstitutionen sollen von Seiten Basel Tourismus ausgebaut werden

Die wichtigsten Ergebnisse

Wunsch nach engerem Austausch

- 73 % wünschen sich einen regelmässigen Austausch mit Basel Tourismus
- 72 % möchten, dass Basel Tourismus den Austausch fördert

Fazit 3: Sie wünschen sich einen intensiveren Austausch mit Basel Tourismus



Workshop

Fragen von uns an Sie



Kollaboration

Wie kann Basel Tourismus die Kulturbetriebe noch besser in seine Aktivitäten integrieren?
Welche Form von Zusammenarbeit wünschen Sie sich?



Produkt-
entwicklung

Welche neue touristische Kulturangebote braucht es? Wo können Verknüpfungen bestehender Angebote gemacht werden?
Beispiel: Museumsbesuch am Mittag & Konzertbesuch am Abend



Austausch

Welche Form von Austausch mit Basel Tourismus und der Abteilung Kultur wünschen Sie sich in Zukunft (Form, Kadenz)?

Workshop

Fragen von uns an Sie



Kollaboration



Produkt-
entwicklung



Austausch

Bitte schreiben Sie Ihre Gedanken auf die Post-Its, die wir Ihnen nun austeilen und kleben Sie sie an die entsprechenden Flipcharts; 15 Minuten



Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Haben Sie weitere Fragen oder Anregungen?

Danggschön