



Medienmitteilung | 14. Mai 2021

## Basel Tourismus mit neuem Markenauftritt

**«This is Basel». Mit dieser Marke wirbt Basel Tourismus seit Neuestem um die Gunst der Besucher\*innen aus dem In- und Ausland. Mit Blick auf den Wiederaufschwung im Tourismus hat die Marketingorganisation ihren kommunikativen Auftritt komplett überarbeitet und den Zeichen der Zeit angepasst. Aktuell wird per Stelleninserat ein\*e Probetourist\*in gesucht.**

In den letzten Jahren ist es Basel gelungen, sich international als Kulturstadt zu positionieren. Mit einer neuen Wort-Bild-Marke will Basel Tourismus auf diesem Erfolg aufbauen und dabei verstärkt ein jüngeres Zielpublikum ansprechen. «Die Marke besticht durch eine moderne Typographie, strahlt Selbstbewusstsein aus und spielt gleichzeitig auf das Gefühl der Verwunderung an, welches Auswärtige angesichts der kulturellen Vielfalt in unserer kleinen Stadt oft befällt», erklärt Christoph Bosshardt, Marketingleiter bei Basel Tourismus. Darüber hinaus eigne sich die Botschaft «This is Basel» ausgezeichnet, um die überraschenden Facetten des touristischen Angebots in Szene zu setzen. «In den Bereichen Kunst und Architektur soll Basel auf diese Weise zum Geheimtipp in Europa werden», so Bosshardt. Der neue, von der Basler Agentur Kreis4 entwickelte Markenauftritt wird begleitet von einer modernisierten Website, welche nach dem Prinzip «mobile first» gestaltet wurde.

### **Ablösung nach fast zwanzig Jahren «Culture Unlimited»**

In den letzten Monaten hat sich die Tourismusorganisation intensiv mit ihrer Marke auseinandergesetzt. Der Auftritt unter dem Claim «Basel. Culture Unlimited.» habe sich über viele Jahre bewährt und zur positiven Imagebildung von Basel als Kulturstadt beigetragen, ist Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, überzeugt. Dennoch sei es nach fast zwanzig Jahren und angesichts der aktuellen Herausforderungen an der Zeit gewesen, die Markenwerte und Zielgruppen kritisch zu hinterfragen und zu überprüfen, ob das Erscheinungsbild noch zukunftsfähig ist. «Mit der neuen Marke sprechen wir gezielt ein jüngeres, weltoffenes und digital geprägtes Publikum an. Damit sind wir für die anstehenden grossen Herausforderungen gut aufgestellt», so Egloff.

### **Ferientalente gesucht**

Erstmals so richtig zum Einsatz kommt die neue Marke im Rahmen einer Recovery-Kampagne, welche Basel Tourismus in Kürze lancieren wird. Unter dem Motto «Basel

macht dich wieder ferienfit» werden Reisende aus der Schweiz sowie aus dem nahen Ausland ab Juni mit attraktiven Wiedereinstiegsangeboten auf die grossen Ferien in der Ferne vorbereitet. Denn wo könnte man besser für die Architektur und die Museen der Metropolen dieser Welt trainieren als in Basel? Zur Zeit sucht Basel Tourismus zudem ein Ferientalent, welches als Probetourist\*in mit Begleitpersonen die Sehenswürdigkeiten der Stadt während eines Wochenendes auf Herz und Niere prüft. Dafür wurde eigens eine Stelle ausgeschrieben.

(2'886 Zeichen inkl. Leerzeichen)

**Besuchen Sie die neue Webseite von Basel Tourismus unter [www.basel.com](http://www.basel.com)!**

---

### **Kontaktpersonen für die Medien**

Daniel Egloff  
Direktor  
Tel. +41 79 778 09 18

Christoph Bosshardt  
Leiter Marketing & Verkauf  
Tel. +41 79 760 55 50

### **Beilagen**

- Logo in diversen Formaten zum Download: <https://www.basel.com/de/business/basel-tourismus/organisation/auftrag>
- Stelleninserat «Probetourist\*in»