

Vom Verschönerungsverein zur touristischen Marketingagentur - Das neue Verkehrsbüro

Autor(en): Hans-Peter Ryhiner

Quelle: Basler Stadtbuch

Jahr: 1985

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/e73ed336-10c8-4587-a1fa-6b68c5f36f5d>

Nutzungsbedingungen

Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform [baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch) ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.

<http://www.cms-basel.ch>

<https://www.baslerstadtbuch.ch>

Vom Verschönerungsverein zur touristischen Marketingagentur – Das neue Verkehrsbüro

Im ausgehenden 19. Jahrhundert, zu Beginn der ersten Blütezeit des schweizerischen Fremdenverkehrs, bildeten sich überall in der Schweiz Verkehrsvereine mit dem Zweck, den eigenen Ort verkehrstechnisch zu erschliessen, infrastrukturell und kulturell zu entwickeln und den Fremdenverkehr zu fördern. Verkehrsvereine bestanden bereits in Zürich, Bern, Genf und anderen Orten, als am 11. Juli 1890 der Verkehrsverein Basel gegründet wurde. Sein erstes Ziel war die Einrichtung eines Verkehrsbüros; dieses wurde am 9. März 1891 an der Schifflande eröffnet und von einem vollamtlichen Sekretär betreut. Im Sommerhalbjahr 1891 wurden 509 Besucher empfangen . . .

Die Gründer hatten sich neben der Förderung des Fremdenverkehrs das Ziel gesetzt, «im inneren Leben und der Entwicklung der Stadt allem dem mit Nachdruck entgegenzutreten, was nicht zur Verschönerung, nicht zur Ehre und nicht zum allgemeinen Besten Basels dient».

Die Verkehrsbüros der Städte und Kurorte der Schweiz wurden in den 1960er Jahren, als sich der Tourismus von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt entwickelte, zu eigentlichen Marketing- und Verkaufsförderungsagenturen, die die «touristischen Märkte» mit modernen Methoden untersuchen und bearbeiten. Nicht zuletzt geschahen diese Wand-

lungen unter dem Druck verschärfter ausländischer Konkurrenz.

Die Entwicklung des offiziellen Verkehrsbüros in Basel folgte in den Jahren der Hochkonjunktur bis 1973 den steigenden Bedürfnissen. Sie wurde dann unterbrochen: Das Marketing und die Verkaufsförderung wurden zugunsten zwingend zu erbringender Serviceleistungen (Auskunftsdienst, Drucksachenproduktion, Veranstaltungskalender, Stadtführungen usw.) praktisch eingestellt. Diese Situation konnte nicht befriedigen. Aus diesem Grund legte der Regierungsrat am 20. Januar 1984 dem Grossen Rat einen Ratschlag zur Erhöhung des Staatsbeitrages an den Verkehrsverein für die personelle und betriebliche Konsolidierung des offiziellen Verkehrsbüros Basel und die Änderung des Gesetzes betreffend der Erhebung einer Gasttaxen-Erhöhung vor. – Erfreulicherweise folgte der Grosse Rat dem Antrag des Regierungsrates am 16. Februar. Grosses politisches Verdienst kam dabei dem damaligen Mitglied des Ausschusses und heutigen Ehrenmitglied des Verkehrsvereins, Regierungsrat Dr. Edmund Wyss, zu. Damit wurden die Voraussetzungen für die Konsolidierung der Dienstleistungen und eine Wiederaufnahme der Verkaufsförderung geschaffen.

Obwohl der umfangreiche Teil der Aktivitäten des Verkehrsbüros nach wie vor den Ser-

viceleistungen für Gäste und Einheimische in Basel zur Verfügung gestellt wird, wenden wir uns hier ausschliesslich den Verkaufsförderungsmassnahmen zu.

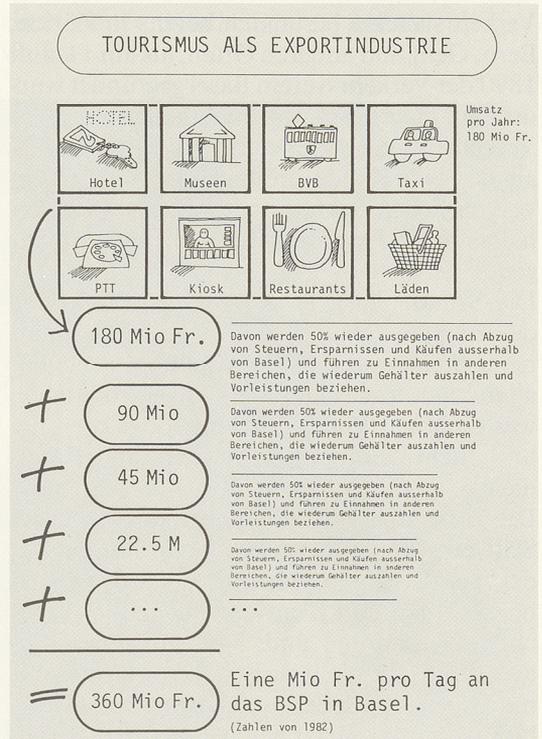
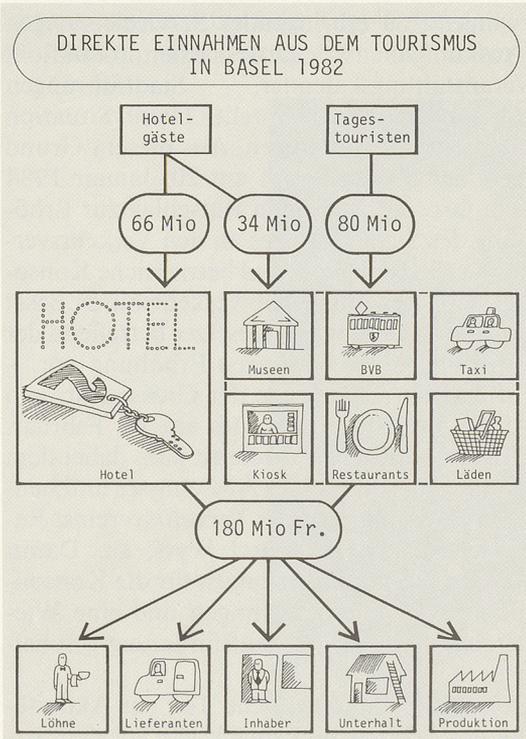
Die Verkaufsförderung umfasst die Werbetätigkeit und den Verkauf sämtlicher touristischer Leistungen und Angebote unserer Stadt, vornehmlich im Ausland. Sie stützt sich auf die allgemeine Public Relation für die Destination Basel, d.h. die Stadtwerbung. – Einige praktische Beispiele sollen dieses Tätigkeitsgebiet illustrieren.

Der aufstrebende Markt an *touristischen Fachmessen* führte zu einer grossen Zahl solcher Veranstaltungen, die über die ganze westliche Hemisphäre verstreut sind. In die Breite angelegte Publikumsmessen wechseln ab mit

hochspezialisierten Fachmessen wie beispielsweise die Confex in London für Tagungen und Ausstellungen. Gemäss der gewählten Strategie – und unter Berücksichtigung der vorhandenen Mittel – wählen wir gezielt die erfolgversprechenden aus.

Werbereisen mit verschiedenen Teilnehmern werden auch von der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) mehrmals jährlich durchgeführt. Erstmals nahm Basel im September 1985 wieder an Frühstücksseminarien (so der Fachjargon) im Osten der USA teil. Eine gross angelegte Werbereise der SVZ folgte im Januar/Februar 1986. Dabei geht es im wesentli-

Einfluss des Tourismus auf das Volkseinkommen in Basel, Zahlen für 1982, vorsichtig geschätzt. (Grafik Verkehrsbüro Basel.)





Am Swiss Travel Mart gewinnt ein englischer Reiseveranstalter einen Preis des Verkehrsbüros Basel.

chen darum, das Reiseland Schweiz als erstklassige Destination in den Vordergrund zu stellen und gute Voraussetzungen zum Verkauf der eigenen Angebote zu schaffen. Ein Angebot, welches der Käufer nur vom Namen kennt, hat schlechte Absatzchancen.

Eine Werbereise besonderer Art findet jährlich im Rahmen des *Basel Promotion Board* statt. Dieser freiwillige Zusammenschluss einiger Basler Hoteliers und weiterer Anbieter wie Mustermesse, Flugplatz, Crossair, Basler Personenschiffahrt usw. steht unter dem Patronat der Handelskammer und des Wirtschafts- und Sozialdepartements. Seine Zielsetzung ist hauptsächlich auf allgemeine Destination-(Bestimmungsort-)Werbung gerichtet, obwohl die Teilnehmer Gelegenheit haben, ihre spezifischen Angebote zu präsentieren. Im Januar 1985 führte die siebente Reise dieses Forums nach Edinburg, Glasgow, Birmingham und London.

Besonders wirksam im Vergleich zu den Ko-

sten ist die *Betreuung von Medienschaffenden*. Der Multiplikationseffekt ihrer Arbeit ist gross. Oft werden diese Journalisten durch die SVZ, die Swissair oder die Crossair vermittelt, manchmal wünschen sie auch direkten Kontakt mit uns oder werden von uns eingeladen. Es mag so aussehen, als ob diese Publikationen «einfach erschienen». Weit gefehlt! Die Ansprüche sind oft hoch und die Wünsche sehr spezifisch und erfordern Zeit und Sorgfalt für die Erledigung. – Von grundlegender Bedeutung sind hier auch die während Jahren aufgebauten menschlichen Kontakte zu diesen Berufsleuten. Jeder Fall ist anders und muss «stimmen», entsprechend ist die Stimmung jeweils zwischen den Zeilen herauszulesen. Besonders gefreut hat uns die Juni-Ausgabe von Westermanns Monatsheften mit einem umfangreichen «Special Basel», die weit über die Tagesaktualität hinausgeht. Auch ist es uns gelungen, nach rund dreissigjähriger Pause wieder ein Merian-Heft (für Dezember 1987!) an Land zu ziehen.

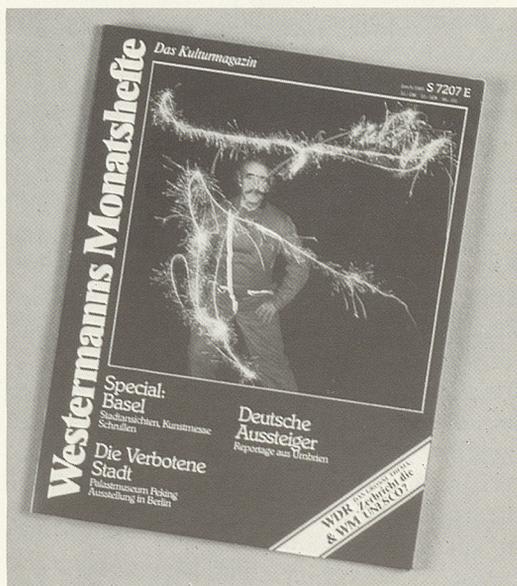
Regelmässig werden *touristische Studiengruppen*, das heisst Gruppen von touristischen Fachleuten mit gezielten Interessen, betreut. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den betreffenden Stellen unserer Region. Im Jahre 1984 waren es beispielsweise 15 solcher Gruppen.

In Anbetracht der Eröffnung des Europäischen Welthandels- und Kongresszentrums ewtcc im September 1984 wurde auch die Kongressakquisition verstärkt. Auf einem hart umkämpften Markt ist es nicht einfach, zu Erfolgen zu kommen. Die Planungszeit beträgt bis zu acht Jahren zwischen dem Entschluss und der Durchführung. Eine enge Zusammenarbeit mit der Kongressorganisation der MUBA ist eine wichtige Voraussetzung, den Kongressplatz Basel an den richtigen Stellen anzubieten.



Der japanische Reisemarkt ist auch für Basel nicht uninteressant. Westermanns Monatshefte, Ausgabe Juni 1985. Basel auf der Titelseite durch Jean Tinguely vertreten.

Eine ganz besondere *Schwerpunktaktion* des Verkehrsbüros fand im Februar 1985 in New York statt, aus Anlass des Gastspiels des Basler Balletts an der Brooklyn Academy of Music (BAM). Schon 1983 durften wir das Ballett dorthin begleiten und in einigen Belangen unterstützen. Die zweite Aktion war aber bedeutend umfangreicher und umfasste ein ganzes Bündel von flankierenden und unabhängigen Massnahmen zur Stadtwerbung. Am Premierenabend durften wir wiederum die vollumfängliche Organisation des anschließenden Gala-Dinners übernehmen. Die Gäste dazu wurden von Basler Firmen mit Niederlassungen in New York, vom Schwei-



zerischen Generalkonsul in New York, Botschafter Ernst Andres, von den Veranstaltern der BAM und von uns selber eingeladen. Es gelang uns gar, die Präsidentin des New York City Council, Mrs. Carol Bellamy, an das Fest zu bitten, nach Bürgermeister Ed Koch die oberste Repräsentantin dieser Stadt.

Eine mobile Ausstellung über «Basel: cultural heartland of Switzerland» im Foyer zeigte den Theaterbesuchern die verschiedenen Aspekte der Stadt, die das Ballett beherbergt. Selbstverständlich standen frisch herausgegebene Drucksachen über das kulturelle Basel in grosser Auflage zur Verfügung, mit den Kulturfahrplänen bis Sommer 1986!

Für eingeladene Museumsdirektoren oder deren P.R.-Beauftragte veranstalteten wir einen Lunch im St. Regis Hotel. Ihnen wurde von Regierungsrat Prof. Hansruedi Striebel das kulturelle Angebot Basels vorgetragen. Ausgerechnet den mit Schätzen reich gesegneten New Yorker Museumsdirektoren?

In den USA werden die Museen oft von Mäzenen oder von Vereinen zur Unterstützung des Museums getragen. So soll der Mitgliederbestand des Metropolitan Museums runde 10 000 Personen umfassen. Diese Organisationen bieten ihren Mitgliedern oft auch Kunst- bzw. Kulturreisen nach Europa an. Deshalb erfolgte diese Einladung.

Ein Pressefrühstück für Journalisten der Reisebranche schloss sich an. Auch dafür stellte sich Regierungsrat Striebel zur Verfügung. Seine Präsenz in New York war unabdingbare Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Generalkonsulat, welches unsere Arbeit hervorragend unterstützte. So wäre eine Einladung der Präsidentin des New York Council, Carol Bellamy, undenkbar, ohne dass ein regierungsrätlicher Reprä-

Am Opening-night Dinner; von links nach rechts: H.P. Ryhiner, Harvey Lichtenstein, Präsident der BAM, Carol Bellamy, Präsidentin des New York City Council, Heinz Spoerli, Regierungsrat Prof. Dr. Hansruedi Striebel.





Die Basler Fahne am Swiss Center an der 5th Avenue in New York. ▽ Ballett-Insert in der New York Times.

played a harmonica version of "inter-
the Saints Go Marching In," inter-
singing vocal lines with moaning
harmonica chords. But his singing,
harmonica chords, and his impassioned
preaching, were and his more impressive,
both for his

... about, he insisted, "I believe
was a sinner, I couldn't holler like
that." A listener could hardly dis-
agree.

FRIDAY AT 7:30
"EXTRAORDINARY!"
—Clive Barnes, N.Y. Post
**Ma Rainey's
Black
Bottom**
Call toll charge: (212) 239-6200
Open 24 hours a day — 24/7 a week
Also at Broadway
CORT THEATRE
100 W. 4th St. New York, N.Y. 10014

TONIGHT AT 8PM
THE BASEL BALLET
Hans Spinnler, Artistic Director
**PULCINELLA
PIERROT LUNAIRE**
Presented at the Swiss Center, the American Theater
and 1976 Grammy Award for Best
Musical Album
CHARGE! (212) 966-9999
100 W. 4th St. New York, N.Y. 10014
BAM
100 W. 4th St. New York, N.Y. 10014
Presented by BAM

sentant aus Basel zugegen wäre. Hieraus erweist sich die Notwendigkeit, auch ohne Stadtpräsident oder Bürgermeister die Repräsentationsverpflichtung zu erkennen und wahrzunehmen. Parallel zu den skizzierten Massnahmen wurde von den begleitenden Mitarbeitern des Verkehrsbüros auch unzählige Einzelgespräche geführt und Besuche von Reisefachleuten durchgeführt. Sie alle wurden unterstützt durch die New Yorker Agentur der Schweizerischen Verkehrszentrale im Swiss Center an der 5th Avenue.

Bei der Vorbereitung der Verkaufsförderungsreise aus Anlass des Ballettbesuches kam plötzlich die Idee, auch den Mitgliedern des Verkehrsvereins sozusagen eine Ballett-Supporter-Reise zu offerieren und den Teilnehmern gleichzeitig Einblick in die Arbeit des Verkehrsbüros fern von Basel zu gewähren. «New York in Hülle (die eingerüstete Freiheitsstatue!) und Fülle» hiess das Programm. Eine Woche New York mit Balair und Kuoni zusammen entwickelt und angeboten für Fr. 1750.– bei einem US \$-Kurs von Fr. 2.80 ... Folgende Leistungen waren eingeschlossen: Flug, Hotel Roosevelt, Empfang durch die «New York Bebbi», Stadtrundfahrten Lower and Upper Manhattan, Gospel-Gottesdienst in Harlem, Broadway Show «Dream Girls», Nachtessen im 107. Stock des World Trade Center, Ballettaufführung in der BAM, Führung durch das Museum of Modern Art mit Direktor Christian Geelhaar vom Kunstmuseum und Empfang im Swiss Center bei der SVZ. – Der Vorverkauf lief auf Hochtouren; die rund 120 Plätze waren im Nu ausverkauft. Das Wagnis fand seine Rechtfertigung. Mitgliederreisen können in einem gewissen Sinn ebenfalls der Verkaufsförderung zugerechnet werden: Sie schaffen Vertrauen nach innen und tragen dazu bei, die Idee des Verkehrsvereins breit abzustützen.