

htr.ch

#bettertogether

# Vier Basler Hotels und zwei Museen spannen zusammen

Basel ist eine Kunst- und Kulturstadt. Was liegt da näher, als den Gästen ein Package zu schnüren, um sie neben dem Museumsbesuch auch für eine Übernachtung zu gewinnen.



Von links: Caroline Jenny und Tanja Wegmann, «Les Trois Rois»; Eldar Hernández, Krafft-Gruppe; Martin Reinshagen, «Volkshaus»; Karen N. Gerig, Kunstmuseum Basel; Mathias F. Böhm, Pro Innerstadt Basel; Laura Merkel, «Teufelhof».

Bild: Corinne Glanzmann

«Die Idee, gemeinsame Sache zu machen, war ja schon lange da», erinnert sich Caroline Jenny, Projektinitiantin und Head of Marketing and Communication im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel. «Doch wir hatten einfach nie Zeit, die Kooperation anzugehen.» «Als wir letztes Jahr unseren Hotelgästen exklusive Kunst- und Kulturpackages anboten, wurde ein gemeinsames Package wieder ein Thema», ergänzt Tanja Wegmann, General Manager im «Les Trois Rois». «So fanden Caroline Jenny und ich diesen Februar, dass es nun endlich Zeit sei, die Kooperation zu lancieren.» Und so nahm «Arts & Culture Basel» Fahrt auf. [DOSSIER]

## **Die angefragten Hotels und Museen waren sofort dabei**

Die Fondation Beyeler und das Kunstmuseum Basel sowie die Hotels Volkshaus, Teufelhof und Krafft Basel – die wie das Luxushotel Les Trois Rois unabhängige Häuser mit viel Geschichte und dem Fokus auf Leisure-Gäste sind – zeigten auf Anhieb grosses Interesse. Wie auch Mathias F. Böhm, Geschäftsführer von Pro Innerstadt Basel. Bei einem ersten Get-together im diesjährigen Lockdown – der sicherlich auch als Treiber gewirkt hatte – setzten die Partner erste Wegmarken, Mitte März folgte der Kick-off.

Danach ging es ans Abklären des Inhalts des Packages, von Kosten, Werbung und Kommunikation. «Es war nicht immer einfach, alle Partner an einen Tisch zu bringen. Wenn wir dann aber erst mal alle zusammensassen, lief alles schnell und unkompliziert ab», erzählt Caroline Jenny. Die daraus entstehenden Aufwände waren dabei meist zweitrangig: «Oftmals scheitern Kooperationen ja daran, dass zu Beginn den Kosten zu viel Gewicht beigemessen wird», weiss Mathias F. Böhm. Dies sei schade, würden doch viele gute Ideen im Keim erstickt. Karen N. Gerig, Leiterin Presse und Kommunikation des Kunstmuseums Basel, pflichtet bei: «Es braucht manchmal einfach etwas Mut. Beim Machen finden sich jeweils die Lösungen.»

*«Es braucht manchmal einfach etwas Mut. Beim Machen finden sich jeweils die Lösungen.»*

*Karen N. Gerig, Leiterin Presse und Kommunikation des Kunstmuseums Basel*

Das Package, das seit Ende Juni zu buchen ist, umfasst nun eine Übernachtung mit Frühstück in einem der vier Partnerhotels, ein Highlight im gewählten Hotel wie etwa eine historische Hausführung oder eine Insider-Kunstführung, Eintritt und Picknickkorb in der Fondation Beyeler, Eintritt und Café Gourmand im Kunstmuseum Basel sowie 10 Prozent Rabatt auf das gesamte Shop-Sortiment. Zudem erhält der Gast eine «Arts & Culture»-Stadtkarte mit QR-Code: ein persönlicher Guide zu versteckten Kunstwerken, gastronomischen Highlights und weiteren Basler Museen sowie hochwertige Magazine zu Basels Kunst, Kultur, Shops und Kulinarik, verpackt in einer individualisierten «Love your City»-Stofftasche mit den Logos der teilnehmenden Hotels. [IMG 3]

## **«Ein solch attraktives Angebot fehlte bisher»**

Das Angebot ist in der kurzen Zeit bereits sehr gut angelaufen. Das ist für Karen N. Gerig nicht erstaunlich: «Das Arts & Culture Package ist sehr attraktiv. Ein solches Angebot fehlte bisher», sagt die Leiterin Presse und Kommunikation. Sie ortet noch viel Potenzial für die kommenden Sonderausstellungen, die Kunstliebhaberinnen und -liebhaber unbedingt sehen wollen und dann möglicherweise auch eine Übernachtung in der RheinStadt in Erwägung ziehen.

Zum guten Anlaufen hat sicherlich auch die Werbung beigetragen. Etwa im «Caminada»-Magazin, im «Art Inside» und demnächst in der «Schweizer Illustrierten». Fast gleichzeitig mit der Lancierung erschien in der «Frankfurter Allgemeinen» ein ganzseitiger Beitrag. Dazu kommen die Newsletter der Hotels und Museen. Und auch Influencer werden das ihre dazu beitragen.

*«Eine solche Kooperation ist auch für die Destination Basel Gold wert.»*

*Mathias F. Böhm, Geschäftsführer Pro Innerstadt Basel, Stadtmarketing*

«Davon abgesehen, dass es den Partnern Gäste und Besucherinnen bringt, ist eine solche Kooperation auch für die Destination Basel Gold wert», sagt Mathias F. Böhm. «Es geht ja darum, dass wir als Destination auffallen, dass wir mit unserem Package die Lust auf die Basler Museen und Hotels wecken und die reiche Vielfalt an Kunst und Kultur aufzeigen können», so Böhm. Ob die Gäste dann wirklich in den vier Partnerhotels übernachteten, sei zweitrangig. Was zähle, sei, dass sie kämen.

Auf jeden Fall sorgt die Kooperation für Aufmerksamkeit. Nicht nur bei potenziellen Gästen, sondern auch bei potenziellen Partnern. Das Vitra Design Museum hat bereits Interesse bekundet. Und auch weitere Hotels haben sich gemeldet.

Mehr Eindrücke zur Kooperation gibts in der [Live-Reportage aus Basel \(http://htr.ch/roadtrip\)](http://htr.ch/roadtrip) vom Dienstag, 3. August, entstanden im Rahmen des #bettertogether-Roadtrips von htr hotel revue und HotellerieSuisse.



Bernadette Bissig

Publiziert am Dienstag, 17. August 2021