

Medienmitteilung | 1. Dezember 2016

Neuer Auftritt für Basel Tourismus.

Das Image der Tourismusdestination Basel hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Im Gegensatz zu früher finden dank dem herausragenden Angebot in Sachen Kultur, Architektur und Design vermehrt auch Freizeitgäste den Weg nach Basel. Diesem Umstand wird nun Rechnung getragen mit einem Corporate Design, das insbesondere diese Zielgruppe noch stärker ansprechen soll.

Seit 2002 vermarktet sich die touristische Destination Basel mit dem Claim «Culture Unlimited». Da dies – in Kombination mit der Dachmarke Basel – die zentralen Stärken der Destination hervorragend auf den Punkt bringt, soll daran auch in Zukunft festgehalten werden. Der übrige visuelle Auftritt wurde hingegen komplett modernisiert, um die positive Entwicklung der Tourismusdestination Basel noch besser zur Geltung zu bringen. «Wir sind überzeugt davon, dass dieser Schritt weiter dazu beitragen wird, unsere Positionierung als Kulturstadt zu festigen», sagt Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus. «Das überarbeitete Erscheinungsbild sorgt mit einer starken Typografie zudem für eine hohe Wiedererkennung».

Das neue Corporate Design wurde von der Basler Werbeagentur Schober Bonina AG entwickelt. Mit ihrem Entwurf hat sie sich an einem Pitch gegen drei namhafte Agenturen aus der Schweiz durchgesetzt. Die Implementierung erfolgt rollend: Die wichtigsten Kommunikationstools wie die Imagebroschüre «Ihr Guide für Basel» und die Webseite Basel.com wurden zum Stichtag der Umstellung angepasst, die Überarbeitung der übrigen Werbemittel wird im Laufe der nächsten Wochen und Monate vorgenommen.

(1'627 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Kontaktpersonen für die Medien

Basel Tourismus

Daniel Egloff

Tel. +41 (0)61 268 68 52