

Aktuelles

28. September 2021

Initiative zur Stärkung der Tourismusdestination Kultur- und Bäderstadt Baden & Region

"Baden ist bereit. Du auch?" – Mit dieser Kampagne lädt die im Januar 2021 gegründete IG Tourismus die Bevölkerung der Region Baden ein, sich als Botschafterinnen und Botschafter der Kultur- und Bäderstadt zu engagieren. Damit wird – rechtzeitig zur Eröffnung der Wellness-Therme FORTYSEVEN – die neue Marke zur Positionierung und Vermarktung der Tourismusdestination Kultur- und Bäderstadt Baden und Region lanciert.

Baden ist bekannt für Lebensfreude und ein vielfältiges, attraktives Freizeit-, Kultur- und Wellnessangebot. Diese Bekanntheit verdankt die Stadt zahlreichen engagierten und kreativen Menschen, Kulturschaffenden sowie Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Stadt und der Region. Die lebendige Kulturstadt ist Teil der Badener Identität – mit der Eröffnung der Wellness-Therme FORTYSEVEN wird Baden nun wieder zur Bäderstadt. Die Kombination der Kultur- und Bädertradition verleiht der Stadt Baden ein einzigartiges Profil, welches eine nationale bis internationale Ausstrahlung als Tourismusdestination hat.

Aktive Weiterentwicklung und Vermarktung der Tourismusdestination Baden und Region

In Baden wird kontinuierlich und weitsichtig in die Zukunft der Kultur- und Bäderstadt investiert: Die Sanierung des Kurtheaters ist abgeschlossen. Für das Museum Langmatt ist in den nächsten Jahren eine aufwändige Sanierung und ein Ausbau geplant. Mit der umfassenden Umgestaltung des Brown Boveri Platzes entsteht ein vielfältig nutzbarer Veranstaltungsplatz. Und schon bald erstrahlt der aufgewertete Stadtteil Bäder mit seinen einzigartigen Qualitäten in neuem Glanz. Eines der Highlights wird das FORTYSEVEN mit dem wertvollen, natürlich vorhandenen Thermalwasser sein, welches im Spätherbst eröffnet. Dies sind nur einige der zahlreichen Attraktionen.

Als Erlebnisraum Kultur- und Bäderstadt verfügt Baden und Region über ein grosses wirtschaftliches und gesellschaftliches Potenzial als Tourismusdestination. Dieses soll zukünftig verstärkt genutzt werden. Aus diesem Grund wurde die Zusammenarbeit zwischen der Hotellerie, der Gastronomie, dem Detailhandel, der Kultur, den Wellnessbetrieben und der Stadt Baden stark intensiviert. Gemeinsam, mit vereinten Kräften, wollen sich die Kooperationspartner erfolgreich im Tourismusmarkt behaupten.

Breit abgestützte Tourismusstrategie und -organisation

In einem breit abgestützten Prozess erarbeiteten zahlreiche Interessenvertreterinnen und -vertreter zwischen April 2019 und August 2020 die "Tourismusstrategie Kultur- und Bäderstadt Baden & Region". Mit Verabschiedung dieser Strategie wurde Mitte Januar 2021 die "IG Tourismus Baden & Region" als Trägerin einer neuen Tourismusorganisation gegründet. Ihr Ziel ist es, die Bekanntheit und das Image der Tourismusdestination zu fördern und weiterzuentwickeln, die Wertschöpfung in der Region zu steigern sowie Arbeitsplätze zu erhalten und neue zu schaffen.

Die Corona-Pandemie belastet die Tourismusbranche existenziell. Alle Trägerinnen und Träger der IG Tourismus sind sich einig, dass trotz der herausfordernden Situation aktiv an der touristischen Zukunft

gearbeitet werden soll und hierfür die Umsetzung der Tourismusstrategie zügig vorangetrieben werden muss.

Im Auftrag der IG Tourismus hat das Standortmarketing der Stadt Baden die operative Geschäftsführung für die Jahre 2021 und 2022 übernommen. Ab 2023 ist geplant, eine eigenständige Tourismusorganisation zu gründen und die Geschäftsführung an diese zu übertragen. Ein Projekt zur Gründung dieser Organisation wurde bereits angestossen. Parallel dazu plant die IG Tourismus, in den nächsten Jahren weitere regionale Partnerinnen und Partner aus Wirtschaft, Kultur und der öffentlichen Hand zu gewinnen und damit die Weiterentwicklung des touristischen Erlebnisraums Baden und Region zu fördern.

Die Tourismusdestination erhält eine eigenständige Marke

Für die Tourismusdestination wurde die eigenständige Marke "Baden – Kultur- & Bäderstadt" entwickelt. Dies ermöglicht die unverkennbare Positionierung der Tourismusdestination. Die Trägerschaft der IG Tourismus tritt zukünftig gemeinsam unter dieser Dachmarke auf und unterstreicht mit diesem Engagement den Willen, die Tourismusdestination mit vereinten Kräften zu stärken und voranzubringen.

Startkampagne mit Aufruf an die Bevölkerung: "Baden ist bereit. Du auch?"

Am 29. September 2021 startet eine Mitmach-Kampagne, mit dem Ziel, die Bevölkerung als Botschafterinnen und Botschafter der Kultur- und Bäderstadt zu gewinnen. Unter dem Titel "Baden ist bereit. Du auch?" erfolgt ein Aufruf, Insider-Tipps zur Kultur- und Bäderstadt mit zukünftigen Besucherinnen und Besuchern zu teilen.

Werbekampagne Bäder: "Baden ist bereit. Tauche ein in die sprudelnde Erlebnisquelle"

In Abstimmung mit der Eröffnung der Wellness-Therme FORTYSEVEN startet Mitte Oktober 2021 eine Werbekampagne mit Ausstrahlung in die gesamte Deutschschweiz. Ziel ist es, die Kultur- und Bäderstadt Baden & Region bekannt zu machen und Tages- und Übernachtungsgäste nach Baden zu führen.

Werbekampagne Winterzauber: "Tauche ein in ein Lichtermeer und lass dich verzaubern"

Während der Advents- und Weihnachtszeit wird das bereits etablierte Event "Winterzauber" mit der Werbekampagne "Tauche ein in ein Lichtermeer und lass dich verzaubern" im Grossraum Zürich und im Aargau beworben. Ziel ist es, den Detailhandel und die Gastronomie in dieser wichtigen Einkaufszeit zu stärken und die zahlreichen Erlebnisangebote rund um die Weihnachtszeit überregional bekannt zu machen.

Finanzierung 2021

Zur Finanzierung der Massnahmen 2021 wurden der IG Tourismus durch die Wirtschaftspartner und –partnerinnen CHF 160'000 zur Verfügung gestellt. Das Standortmarketing der Stadt Baden setzt die Massnahmen entlang der Tourismusstrategie um. Für das Jahr 2022 ist die Planung der Massnahmen in Vorbereitung.

Tourismusorganisation ab 2023

Ab 2023 ist geplant, die Tourismusorganisation eigenständig in einer Nachfolgeorganisation der IG Tourismus weiterzuführen. Die hierfür notwendigen Abklärungen sind im Gange. Bis Anfang 2022 soll ein konkreter Vorschlag bei allen Trägerinnen und Trägern der IG Tourismus in die Vernehmlassung gegeben werden. Die Stadt Baden wird mit der Tourismusorganisation eine Leistungsvereinbarung abschliessen. Diese wird im Frühling 2022 dem Einwohnerrat zur Genehmigung vorgelegt.

Trägerschaft der IG Tourismus Baden & Region:

- IG Hotels Baden + Region
- Verein Kulturaktiv
- city com baden
- Stiftung Gesundheitsförderung Bad Zurzach + Baden
- Grand Casino Baden AG
- Eglin Group
- Stadt Baden

Vorstandsmitglieder der IG Tourismus Baden & Region:

- Alex Fischer, Präsident IG Hotels Baden + Region
- Susanne Slavicek, Vorstandsmitglied Verein Kulturaktiv
- Michael Wicki, Präsident a.i. city com baden
- Rainer Blaser, Direktor Stiftung Gesundheitsförderung Bad Zurzach + Baden
- René Kamer, VRPräsident der ThermalBaden AG
- Michael Böni, CEO, Grand Casino Baden AG
- Werner Eglin, Verwaltungsrat Eglin Group
- Markus Schneider, Stadtammann Stadt Baden

[zur Liste](#)