

SCHLUSSPRÄSENTATION IBA BASEL 2020

26. JUNI – 20. SEPTEMBER 2020

ENTWURF

VORKONZEPT & MEILENSTEIN

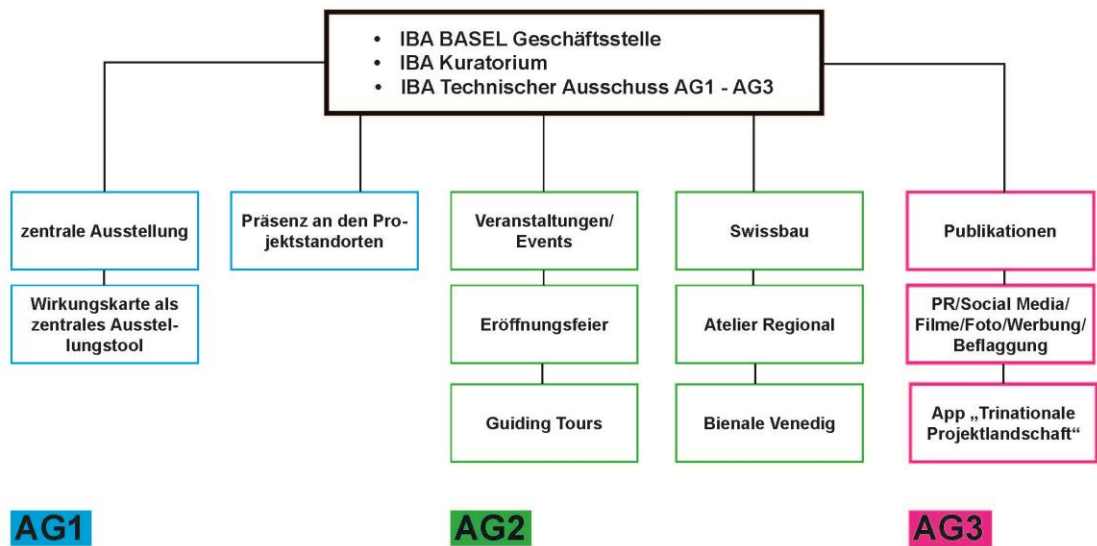


Inhalt

3	Ziele	4
4	Zielgruppen	4
5	Labelisierung	5
6	Ausstellung zentral & dezentral	5
6.1	Ausstellung zentral	5
6.2	Wirkungskarte	7
6.3	Präsenz am Projektort / Projektmarkierung	8
7	IBA Veranstaltungen	9
7.1	Veranstaltungen für Experten, Politik & Verwaltungen	9
7.1.1	Atelier Regional 2020 (Arbeitstitel)	9
7.1.2	Swissbau – 14. bis 18. Januar 2020	10
7.1.3	Biennale Venedig – Mai bis November 2020	11
7.2	Eröffnungsfeier	12
7.3	Veranstaltungen am Projektort	14
7.4	IBA Basel - Guiding Tours	16
8	Kommunikation & Marketing	17
8.1	Publikationen 2019-2020	18
8.2	IBA Info Pavillons	20

1 Organisationskomitee

Für die Massnahmen der letzten Phase der IBA Basel 2020 wurde ein Organisationskomitee (OK) mit Vertretern aus allen 3 Ländern gegründet. Das OK wurde in 4 Arbeitsgruppen AG1 – AG4 gegliedert. In den Arbeitsgruppen AG1, AG2, AG3 wurde gemeinsam das folgende Konzept erarbeitet.



2 Ausgangslage

Nach der Lancierungsphase 2010 – 2013, die mit der IBA Projektschau 2013 abgeschlossen wurde und der Zwischenpräsentation, der IBA EXPO 2016, befindet sich die IBA Basel in der Realisierungsphase. Die rund 20 nominierten IBA Basel Projekte schreiten voran und sollen in gewohnter IBA Exzellenz bis 2020 umgesetzt und so für die Bürgerinnen und Bürger der trinationalen Agglomeration zur erfahrbaren Realität werden.

Mit der IBA Basel Schlusspräsentation wird Bilanz über Erfolge und Misserfolge gezogen, Kooperationen werden gefestigt oder erweitert. Ein wichtiger Schritt dazu ist die Labelisierung im Frühjahr 2019. Dabei werden die Projekte ausgezeichnet, die bis 2020 die vereinbarten Kriterien erfüllen und ihre Ziele erreicht haben.

Mit der Schlusspräsentation wird einerseits der Nutzen für die Bevölkerung und die ganze Region aufgezeigt und andererseits die Verbindung zwischen den Projekten und der IBA Basel hergestellt. Ferner soll sie dazu dienen weitere Investoren und Projektförderer auf die Region aufmerksam zu machen. Es gilt, die gemeinsame Verantwortung für die Zukunft unseres Lebensraumes und unseren Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität deutlich zu machen. Es ist der entscheidende Moment, der Bevölkerung vorzulegen, was es für die Zukunft der Region bedeutet, sich gemeinsam zu entwickeln.

Die Begleitung ist beendet und der Veränderungsprozess ist eingeleitet. Anhand der IBA Projekte werden die Schlussfolgerungen gezeigt. Die interkulturelle Kompetenz und das Gelernte sollen dokumentiert und Handlungsempfehlungen an die Politik übergeben werden.

3 Ziele

Qualitativ :

- Die Region soll im Mittelpunkt stehen.
- Die breite Bevölkerung soll den Mehrwert erkennen, über Grenzen hinweg, gemeinsam zu entwickeln und zu wachsen.
- Die Anstrengungen und die Verpflichtung seitens Politik für eine gemeinsame Zukunft werden vermittelt.
- Die Projekte der IBA sollen in einem grösseren Kontext verstanden werden.
- Die Projektlandschaft trägt dazu bei, nebst der lokalen Identität, die regional Identität zu stärken.
- Die Ausstellung und Veranstaltungen zeigen die politischen Anstrengungen und den Mehrwert auf und informieren und motivieren die Bevölkerung, die eigene Region zu entdecken.
- Die Ausstellung wird dem Fachpublikum vertiefte Informationen liefern zu Prozess, Innovation, Modellhaftigkeit.
- Die Region soll über die Grenzen hinweg bekannt gemacht werden und Investoren und weiteres Fachpublikum anziehen.
- Die Attraktivität der Agglomeration wird durch all das gestärkt.
- Internationale Strahlkraft

Quantitativ: angestrebte Besucherzahl – zu definieren

O-Ton HPW & KE: lieber auf die Qualität nicht auf die Quantität setzen

Vergleichszahlen anderer IBA Schlusspräsentationen:

- IBA Hamburg – 420'000 im Präsentationsjahr 2013 (Ausstellung, Touren & Führungen) im Zeitraum 7,5 Monate
- Regionale Köln-Bonn - angefragt
- IBA Stadtumbau, ca. 60'000 lt. Fr. Dr. Beeck (Frau Dr. Scurell ist angefragt)
- IBA See: 198'329 im Präsentationsjahr 2009 (Besucher und Veranstaltungsgäste, Touren) Im Zeitraum ganzes Jahr

4 Zielgruppen

Primäre Zielgruppen:

- regionale breite Öffentlichkeit (*Alter: 15 – 85*) diese Zielgruppe wird in AG3 verfeinert
- Regionale & Internationale Fachöffentlichkeit / Fachverbände
- Politik (Räte, Entscheidungsträger), Ministerien
- Medien (Fachmedien international, regionale Tagesmedien CH/D/F, überregionale Medien, wie NZZ, Süddeutsche, Frankfurter, die Welt, Print & Online TV & Radio, etc.)

Weitere Multiplikatoren:

- Finanzpartner, Investoren und Stakeholder
- Projektanwohner, Schulen/Schüler, Hochschulen/Studenten, touristische Leistungsträger, (Kultur)vereine, Senioren, Neuzuzüger, Expats etc.

5 Labelisierung

Nicht öffentlich, interner Prozess und Kommunikation
Zielgruppe: Projektträger

Frühjahr 2019

Öffentliche Labelvergabe
Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit
Massnahmen: Im Rahmen einer Pressekonferenz, kombiniert mit Rahmenprogramm/Begehungen zu den Projektorten, etc.

tbn

Nach Fertigstellung, z. B.

- öffentliche Labelisierung kombiniert mit Projektmarkierung an den Projektorten
- oder Würdigung während der Schlusspräsentation 2020 mit Rahmenprogramm an den Projektorten, etc.

6 Ausstellung zentral & dezentral

6.1 Ausstellung zentral



Modelle - Archizoom EPFL
Lausanne



Multimediale Erlebnislandschaft –
Pipi Lotti Kunsthaus Zürich



Texte - Together 2017, Vitra Design Museum

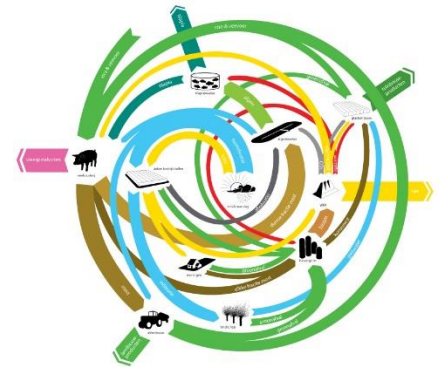
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – Die Metropolitanregion Basel international sichtbar machen. – Die Veränderungen die in der Region durch die IBA Projekte und Projektlandschaft entstanden sind der breiten Bevölkerung vorstellen – Vertiefte Informationen zu Projekten, Prozessen, Erfahrungen & Erkenntnisse für die Fachöffentlichkeit – Blick in die Zukunft der Metropolitanregion Basel
Zielgruppe	Breite Öffentlichkeit, Fachöffentlichkeit, Politik, Landesbehörden, internationale Medien
Ausstellungsort Bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> – Zentraler Ort – gut erreichbar mit ÖV, zu Fuss und Velo, bestehenden Orte nutzen – Ausstellung, nach Möglichkeit bestehende Museumsinfrastruktur nutzen und Vermittlungsangebot
Ausstellungsort	Buckminster Fuller Dome, Vitra Campus

	Vorteile: gut erreichbar, gesamte Campusstruktur ist für Rahmenveranstaltungen buchbar, gutes Image und interessierte Campusbesucher, Synergien mit Zielpublikum, etc.
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – IBA Projektlandschaft (Zusammenhang zwischen den Projekten) – Projekte (labellisiert, nominiert, vornominiert) und Projektgruppen – Was ist entstanden / was ist im Entstehen / was wird noch entstehen – Akteure / Prozesse / Veränderungsprozess / Lessons learned
Form/Format	<ul style="list-style-type: none"> – Interaktive zentrale Ausstellung – Multimedial & innovativ, informativ und pädagogisch – Spielerisch leicht verständlich für die Öffentlichkeit – Vertiefte Informationen zu Projekt, Prozess, Erfahrungen & Erkenntnisse für die Fachöffentlichkeit – Zentrales Ausstellungstool: Wirkungskarte
Kommunikation	IBA Basel & Partner
Zeitplan/Dauer	26. Juni bis 20. September 2020
Partner	Vitra Design Museum & Vitra
Konzeption	Ausstellungsmacher & IBA Basel (Ausschreibung Oktober 2018)
Organisation	IBA Basel & Partner

6.2 Wirkungskarte



Paris multimedial, Arsenale Paris



Referenz Wirkung - Ursache

Ziel	<p>Zentrales Ausstellungstool:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Immersion in die IBA Projekte und Projektlandschaft – Vermittlung der Vielschichtigkeit und Intelligenz der IBA Projekte – emotionales Erlebnis schaffen – Zeigt weitere Projekte der Region die in Verbindung mit den IBA Projekten stehen oder als Folge entstanden sind – Fakten und Projekthintergründe aufzeigen – Soll nach der Ausstellung von den Partnergemeinden weiter benutzt werden können – Soll emotional und verspielt sein und den Besuchern Spass machen
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – zeigt, wie die IBA Projekte auf den Raum wirken, sich auswirken, etwas auslösen – Auswirkung der IBA Projekte auf den Menschen und das Zusammenleben – Vermittlung Intelligenz der IBA Projekte – Akteurslandschaft, Kooperationsstrukturen, Prozesse – Entstandene gemeinsame Raumvorstellungen (Bilder, Visualisierungen...)
Form/Format	<ul style="list-style-type: none"> – Multimediale Karte/en mit mehreren Informationslayern und Möglichkeiten den Masstab zu wechseln, Bildschirme, Projektion etc. [Bsp. Grand Paris] – Präsentation der wissenschaftlichen Arbeit zur Wirkungskarte
Zielgruppe	Breite Öffentlichkeit, Fachöffentlichkeit, internationale Fachmedien & Politik
Zeitplan/Dauer	26. Juni bis 20. September 2020
Kommunikation	IBA Basel & Partner
Partner	<p>Struktur & Inhalte:</p> <p>z. B. TU Aachen, wie Beispiel Sommer Camp Thema, Wirkung der IBA Basel</p>

	ARE
Konzeption	mögliche Experten: Dr. Alain Thierstein, etc.
Umsetzung	tbn

6.3 Präsenz am Projektort / Projektmarkierung



Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – Projekte / Projektorte sichtbar machen – Die Bevölkerung informieren, was hier passiert ist und passieren wird – Vermitteln, dass man Teil eines grossen Ganzen ist – Verständlich machen, was die IBA ist – Aufzeigen, dass über die einheitliche Markierung die Region und der Zusammenhalt sichtbar und erlebbar wird – Die Metropolitan Region international sichtbar machen
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Motto: die IBA ist hier, die IBA sind wir – Die jeweiligen Projekte zeigen: was ist entstanden, was ist im Werden, was wird entstehen – Orte und Verbindungen zeigen, die vorher nicht da waren – Zusammenhang mit IBA Landschaft herstellen – Farbe zur Region bekennen
Form/Format	<ul style="list-style-type: none"> – Eine einfache, einheitliche Projektmarkierung für alle Projekte, – Projektmarkierung soll simpel sein, Spass machen und irritieren – Katalog mit unterschiedlichen Massnahmen zur Prefiguration und Markierung von Orten und Verbindungen entwickeln – Möglichkeit zur Individualität für viele unterschiedliche Standorte (Type IBA Rheinliebe) – Gemeinsamer Nenner: IBA Farbe und IBA Logo <p>Ideen / Vorschläge:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Strassenbemalung, temporäre Installationen – Bestehende Projektmarkierungen weithin sichtbar machen, z. B. mit Leuchtbällons, Fahnen, etc. – 3Land – Brücke simulieren mit Boot, mit Weidlingen Rhein überqueren – temporäre Fahrradwege durch geschlossene Areale – Fahnen

Zielgruppe	– Breite Bevölkerung, Politik, Internationale Medien
Zeitplan/Dauer	– 26. Juni bis 20. September 2020 – Ggf. früher und kombinieren mit einer öffentlichen Labelisierung
Kommunikation	– IBA Basel & Projektträger
Konzeption	– IBA Basel / Projektträger / Szenografen (Ausstellungsmacher)
Koordination	– IBA: Übergeordnet Koordination / Projektträger: Realisierung

7 IBA Veranstaltungen

Max. 4 zentrale Veranstaltungen

- Eröffnung
- Internationaler Fachaustausch (z. B. Konferenz zur grenzüberschreitenden Zusammenarbeit)
- IBA Basel 2020 und dann? Wie geht es weiter, z. B. Atelier Regional
- Finissage

Max. 7 dezentrale Anlässe - Leuchtturmprojekte

Um die Attraktivität zu steigern, besteht der Konsens, nicht überall an den 64 involvierten Gemeinden Veranstaltungen zu programmieren, sondern gezielt, max. 7 Leuchtturmprojekten die Aufmerksamkeit zu schenken und modellhaft die Arbeit/Entwicklung aufzuzeigen.

Welche Projekte, das muss noch in der AG2 definiert werden und wären nach der Labelisierung zu benennen.

7.1 Veranstaltungen für Experten, Politik & Verwaltungen

7.1.1 Atelier Regional 2020 (Arbeitstitel)



IBA Rheinliebe - Workshop 2017



IABR Atelier Rotterdam, 2016

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – Erkenntnisse, wie es nach der IBA Basel weitergehen kann, wer kann/soll die Projekte / wer die Projektgruppen weiterführen? Wer übernimmt weitere Kompetenzen & Verantwortung? – Lessons learned & Handreichungen für die Politik
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – IBA Basel 2020 und dann? – Perspektivischer Ansatz, zukünftiges Bild der trinationalen Region – Was muss angepackt werden? – Wo sind die Bedürfnisse, wo Handlungsbedarf – Trinationale Zusammenarbeit nach 2020 - Nachhaltigkeit
Form/Format	Partizipativer Workshop mit interdisziplinären Teams aus CH/D/F – von Experten, Politiker & Verwaltungsvertretern & Projektträgern, ca. 15 – 20 Teilnehmer
Output	Lessons learned & Handreichungen für die Politik
Zielgruppe	Experten & Politik & Verwaltungsvertreter & Projektträger
Zeitplan/Dauer	Durchführung Herbst 2019 / Frühjahr 2020
Kommunikation	IBA Basel
Konzept	Federführung IBA & Angelus Eisinger, detaillierte Erarbeitung en cours
Experten & Moderation	Vertreter aus IBA Kuratorium, IBA Expertenrat & IBA Geschäftsstelle

7.1.2 Swissbau – 14. bis 18. Januar 2020



Swissbau Focus 2016



Denkraum für Baukultur, Basel – eine Stadt im Trinationalen Raum | Raumplanung Für Die 10-Millionen-Schweiz

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – Präsenz im Veranstaltungsprogramm an Swissbau. IBA kündigt ihr Programm mit den verschiedenen Meilensteinen einer Fachöffentlichkeit an. – Gemeinsam über Grenzen wachsen, Modellhaftigkeit zeigen
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Abstract der wissenschaftlich fundierten Wirkungsanalyse – Interkulturelle Kompetenz

	– Trinationale Planungskultur
Form/Format	– Swissbau Focus - Podium mit Experten und Moderator (könnte IBA Forum 3 sein) – IBA Basel könnte sich ggf. mit dem IBA KIT präsentieren
Zielgruppe	Fachöffentlichkeit, Politik & internationale Fachmedien
Zeitplan/Dauer	14. bis 18. Januar 2020
Partner	ARE Fachverbände, SIA, BSLA, etc. TEC 21, architekturdialoge,
Moderation	– Judit Solt – Christophe Catsaros, rédacteur en chef: tracé, französischsprachige Schwester tec 21 – Etc.

7.1.3 Biennale Venedig – Mai bis November 2020



Salon Suisse



Programm Salon Suisse 2018



Ziel	Internationale Aufmerksamkeit für die IBA Basel Expo 2020 generieren als auch für die trinationale Region
Inhalt/Themen	Grenzüberschreitendes Planen in der Schweiz
Standort	– Z. B. Präsenz im Palazzo Trevisan degli Ulivi – Teilnahme am deutschen Programm erneut in Klärung
Form/Format	Anlass / Rahmenveranstaltung Salon Suisse Podiumsgespräch oder Konferenz, etc.
Zielgruppe	Fachöffentlichkeit, Internationale Fachmedien & übergeordnete Landesbehörden
Zeitplan/Dauer	Mai / Juni 2020

Partner	Pro Helvetia Bund BRD
---------	--------------------------

7.2 Eröffnungsfeier



Eröffnung IBA Zwischenpräsentation 2016

Ziel	<p>Die IBA Basel soll alle Aufmerksamkeit internationales Fachpublikum, Politik und Medien auf sich ziehen, z. B.</p> <p>A. <i>Netzwerkanlass trinationale Region</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Bühne für die Politiker und Fachöffentlichkeit – Plattform für Partner, Entscheidungsträger, Finanzierer und Politiker aus den 3 Ländern – Politiker aus Grenzregionen – <u>Aktive Teilnehmer / Einladung</u>: Hochkarätige Politiker Berlin, Bern Paris - Nordwestschweizer Regierungskonferenz – Expertenrat - Ständerat BL, AG, RR – Zielgruppe: Politiker und Medienschaffende (gute Medien Coverage) <p>B. <i>Fest für die Bevölkerung der Triregio</i></p>
	<p><i>Weitere Vorschläge</i></p> <p>C. <i>Fachveranstaltung</i> eher zu separatem Termin, z. B. im Frühjahr 2020: Internationaler Austausch, Politik + Fachöffentlichkeit der Grenzregion – damit könnten die Ergebnisse in der Ausstellung gezeigt werden. oder, geeignetes Datum während der Ausstellung oder, Finissage und Staffelübergabe <u>Teilnehmer / Einladung</u>: Star aus der Fachöffentlichkeit (J. Herzog und K: Christiaanse)</p> <p>D. <i>IBA Labor & Expertenrat</i> eher während Ausstellungszeitraum oder zur Finissage</p>
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Freitag: Konferenz / z. B. Vortrag zum Ergebnis Atelier Regional Reden anschliessend verre d'amitié & Rahmenprogramm – Inhalt Eröffnungsfeier:

	<p>Aussicht (Referent mit kritischem Ausblick auf die Region) Kuratorische Perspektive zum Prozess Ausblick (Wie geht es weiter?)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Samstag: Festprogramm für die Bevölkerung der Triregio z. B. zusammen mit Festival 3Land, IBA Rheinliebe, etc.
Form/Format	<p>Format wie Zwischenpräsentation 2016 ähnlich in Ablauf und Umfang:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Abendanlass für Politiker am Freitag und Fest für die Bevölkerung am Samstag (2-teilig) – Konferenz/Podiumsdiskussion, geschlossener Anlass für Politiker und Fachöffentlichkeit – öffentlicher Teil für die Bevölkerung der Triregio (z. B. Verknüpft mit 3Land Festival oder Rheinliebefestival) – Musik, Tanz, Theater, 24 Stops Führung und Picknick, Speed-Dating mit Politikern unterm Baum, Führungen, Schifffahrt, Entdecken dem ÖV, Picknick und Openair Disco auf dem Vitra Campus, und vieles mehr
Zielgruppe	Politik, Medien, breite Öffentlichkeit
Zeitplan/Dauer	<p>26. & 27. Juni 2020 Freitag: geschlossene Veranstaltung Samstag: Fest für die Bevölkerung der Triregio <i>Hier wäre zu beachten, wie man die Verbindung zum Ausstellungsort Buckminster Fuller Dome, Vitra Campus in Weil am Rhein, herstellen kann.</i></p>
Extras	Evtl. Gratis ÖV Tickets BVB TNW RVL Distribus, Shuttlebus
Kommunikation	IBA Basel
Kostenschätzung	Für internationales Politiker Treffen – tbn Partner: Standortmarketing
Partner	<p>A. Standortmarketing für das Politikertreffen, etc. B. Festlichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kammerorchester Basel (Trinationaler Austausch) – Klangfestival http://www.klangbasel.ch – Musikprogramm mit dem Jugend-Kulturfestival – RFV Basel – Popförderung und Musiknetzwerk der Region Basel www.rfv.ch – http://zeitraeumebasel.com
Moderation	Tbn
Konzeption	IBA & Projektträger, 3Land, IBA Rheinliebe, etc.
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> – IBA + Verwaltungen F/CH/D – PR-Eventagentur, die auch das Kommunikationskonzept übernimmt Ausschreibung dieses Jahr

Finissage:

- Staffelübergabe an neue IBA [z. B: Stuttgart]
- IBA Labor & Expertenrat
- Ggf. Fachveranstaltung
Internationaler Austausch, Politik + Fachöffentlichkeit der Grenzregion – Teilnehmer / Einladung: Star aus der Fachöffentlichkeit (J. Herzog und K. Christiaanse)

7.3 Veranstaltungen am Projektort



Lichtszene Dreiland –
Zwischenpräsentation 2013



Slow up



Rheinliebefestival

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – IBA Projektlandschaft der Bevölkerung nahe zu bringen – Erlebnis neuer Alltagsorte für Bevölkerung (3Land, Aktive Bahnhöfe oder Rhein) – Schritt über die Grenze – Erlebnis der trinationalen Region – Region strahlt aus – Mediale Abdeckung
Inhalt/Themen	<p>Neben bestehenden Events sollen die realisierten Massnahmen im Zentrum stehen, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 3Land Festival: Aussicht auf die Zukunft/Mehrwert für die Bevölkerung - mit dem Weidling über den Rhein (Symbolisieren der Brücke), evtl. Verbindung mit Hafenfest, etc. – IBA Rheinliebe Festival (an einem WE Theater-/Musik-Veranstaltungen in allen IBA Rheinliebegemeinden (Theaterfestival), evtl. verknüpft mit der und Eröffnung des Rheinuferstegs Rheinfelden) – Tag der IBA Aktiven Bahnhöfe Trinationaler Fahrradverleih gratis (verknüpft mit Slow up oder IBA Rheinliebe Festival) – IBA PdC – Festival in der Kiesgrube (Musik: Zeiträume Festival) Grenzen überwinden, Bsp. alle Grenzorte blau markieren – Birsparklandschaft, evtl. mit IBA Rheinliebe Festival verknüpfen – Zoll Lörrach Riehen, Living Lab Basler Strasse – DMC / motoco – etc.
Form/Format	Veranstaltungen in der Trieregion

	<p>Wo immer möglich mit bestehenden Events kooperieren</p> <ul style="list-style-type: none"> – Slow up extended /enriched (Anschlussmobilität, Zug, Tram und Bus) – Trinationales Theaterfestival oder Musikfestival (Zeiträume) – Rheinschwimmen – Das Floss anstatt bei der Mittleren Brücke nahe Dreiländereck – 1.August mit trinationalem Feuerwerk – Stimmen-Festival IBA Abend
Zielgruppe	Breite Öffentlichkeit, Medien
Zeitplan/Dauer	<p>26. Juni bis 20. September 2020</p> <p>Darauf achten, dass kein Festival am Projektort zum gleichen Zeitpunkt stattfindet, z. B.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 3Land Festival Juni evtl. mit Eröffnung verknüpfen 2. Rheinliebefestival ein Juli Wochenende 3. Tag der Aktiven Bahnhöfe verknüpfen mit Slow up 2020 im September 4. Über den Zeitraum der IBA Basel 2020
Kommunikation	IBA Basel, 3Land KOM, IBA Rheinliebe KOM, IBA Aktive Bahnhöfe KOM, Slow up, etc.
Partner	<p>http://zeitraeumebasel.com, Slow up, www.wegfestival.org, HGK Verein Raumforschung, Regionale, motoco – Veranstaltungen, Theatre Alsacien, Tempus Fugit Lörrach, Roxy, Theaterfestival, Basel Rimini Protokoll*, Graffiti Künstler Austausch mit Heerlen (IBA Parkstad) la Filature, Stimmen-Festival, Hafenfest, Mobilitätswoche etc.</p>
Konzeption	IBA Basel & Projektträger (3Land, IBA Rheinliebe, IBA Aktive Bahnhöfe) / externe Partner
Organisation	IBA Basel & Projektträger (3Land, IBA Rheinliebe, IBA Aktive Bahnhöfe) / externe Partner
<i>Finissage</i>	<i>Festival als Finissage</i>

* Rimini Protokoll = Theater, interaktive mit dem Publikum zu aktuellen Themen

7.4 IBA Basel – Guiding Tours



Begehung IBA Parc des Carrières 2016



Führung im Rahmen Ideenwettbewerb 2016 IBA
Projekt Am Zoll Lörrach / Riehen

Ziel	Mehrwert der Bevölkerung nahebringen Erlebnis eines neuen Alltagsortes
Inhalt/Themen	Projektgeschichte Projektstand
Form/Format	Führungen / partizipative Anlässe an den Projektstandorten (realisierte Projekte), Anreize schaffen, um an den Veranstaltungen teilzunehmen > Erlebnisfaktor - Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> – Velotouren, Exkursion und Pflanzen (Give-away Tütchen mit Blumen-/ Kräutersamen) – In der Kiesgrube Bartenheim schwimmen (Merchandising zum Sonderpreis Wickelfisch ...) – Bauzaun mit der Bevölkerung gestalten – Unterschiedliche Mobilitätsformen verbinden, Schiff, Velo, zu Fuss, etc.
Zielgruppe	Breite Öffentlichkeit / Politik
Zeitplan/Dauer	28. Juni – 20. September 2020
Kommunikation	IBA Basel / Projektträger
Partner	tbn
Konzeption	Projektträger/AG3 & IBA Basel
Koordination	IBA Basel & AG3
Organisation	Projektträger

8 Kommunikation & Marketing

Nach Freigabe des Ausstellungs- und Veranstaltungskonzepts wird das Kommunikationskonzept in der AG3 detailliert er- und ausgearbeitet.

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – IBA Basel und die Projekte sollen in der gesamten trinationalen Agglomeration «sichtbar» sein und weit über die Grenzen hinaus wahrgenommen werden – Die Metropolitanregion Basel soll medial international im Fokus stehen
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> – tbn je nach Massnahme zu definieren – Internationale Medien
Zeitplan/Dauer	tbn abhängig von der Massnahme
Medienarbeit <i>* Nach Freigabe des Ausstellungs- und Veranstaltungskonzepts wird das PR/Medienkonzept in der AG3 detailliert er- und ausgearbeitet.</i>	<p>Medien print & online (Fachmedien international, regionale Tagespresse CH/D/F, überregionale Medien, wie NZZ, Süddeutsche, Frankfurter, die Welt, etc.)</p> <p>TV, Radio</p> <p>Medienmitteilungen</p> <p>Medienkonferenz, Mediengespräch zu spezifischen Themen</p> <p>Lancierung von Interviews</p> <p>Medienmitteilungen der Partner – gemeinsames, einheitliches Wording</p>
Medienpartnerschaften	siehe auch Publikationen Anthos [CH], Bauwelt [D], CMS Merian Verlag [CH] insbes. für Publikation breite Bevölkerung), Hochparterre [CH], Le Moniteur [F], Tec21 [CH+] etc.
Veranstaltungsprogramm	siehe auch Publikationen
Beflaggung	Flaggen aus 2016 stehen noch zur Verfügung BS ist bereits angefragt Gemeinden noch anfragen
Plakatierung	BS ist bereits angefragt Gemeinden Weitere Plakatierungsmöglichkeiten, -partner, etc.
Anzeigen	Anzeigen in internationalen Fachmedien Kultur- und Veranstaltungsblättern, regionale und trinationale Publikationen, z.B. Programmzeitung [Basel], Burghofmagazin [D], jds Spectacles [F], etc.
Give aways	Vor der Schlusspräsentation als Teaser, Save-the-Date

	Während der Schlusspräsentation um für Wiedererkennbarkeit zu sorgen
Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln in der trinationalen Agglomeration (Tram, Bus, Zug & Schiff)	<ul style="list-style-type: none"> – Hang Tags, Tram- o./u. Buseinkleidung, Plakate, etc. Nach Möglichkeiten Partnerschaften schliessen – Ein Aktionstag mit einem IBA – mit Gratisticket die Region erkunden – evtl. am Eröffnungstag – Partnerschaften mit Schifffahrtsgesellschaft
Filme 8 Imagefilme aus 2016 stehen zur Verfügung - Aktualität prüfen	<p>Weitere Filme?</p> <p>z. B. zum aktuellen Entwicklungsstand der Projekte</p> <p>z. B. Veranstaltungen mit Testimonials, die dann in der Schlusspräsentation gezeigt werden, etc.</p>
Fotos	Entwicklungsstand der Projekte, von Veranstaltungen bis 2020 für die Publikationen & Präsentationen
Werbemittel	Broschüren Einladungskarten, Save-the-date etc.
Kooperationspartner / Sponsorships	Kooperationen oder Sponsorships wären für bestimmte Anlässe ein Plus
Botschafter / Komplizen	Fans der IBA und ihrer Projekte, die auf Basis von Freiwilligenarbeit die ÖA unterstützen, über die IBA kommunizieren und ggf. Führungen durchführen

8.1 Publikationen 2019-2020

Nach Freigabe des Ausstellungs- und Veranstaltungskonzepts wird das Publikationskonzept in der AG3 detailliert erarbeitet.



Daheim- Eine Reise durch die Agglomeration



Publikation IBA Heidelberg



Ziel	Regionale Information über IBA Basel und Projekte, Weitergabe der Erfahrungen (Lerneffekt, Verstetigung) Internationale Sichtbarkeit
Inhalt/Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Entwicklung IBA Basel 2020 – Rückblicke – Prozessanalysen – Projektgruppen-Entwicklung usw. Beiträge aus – IBA Forum – Inhalte der Wirkungskarte fließen in Publikation ein
Form/Format	<ul style="list-style-type: none"> – Handlungsanleitung für die Politik als PDF – Reisebereich: Atlas der Projekte aus Sicht der Reisjournalisten aber auch der Projektträger – Projektkatalog (Handtaschen-Format, A5), Fortschreibung bestehender Projektkatalog – IBA- Projektkarte (Verortung aller Projekte) könnte eventuell als Underlay die nun gerade in Erarbeitung befindliche IBA Projektlandschaftskarte haben eventuell Eventprogramm 2002 mit diesem Plan verknüpfen – Evtl. Zusatzpublikationen pro Projekt – Memorandum als PDF
Zielgruppe	Politik, Internationale Fachöffentlichkeit, regionale Fachöffentlichkeit, Partner, Akteure, Bevölkerung
Zeitplan/Dauer	<ul style="list-style-type: none"> – Ausarbeitung AG3, November / Dezember 2018 – Ausschreibung Agentur: Januar 2019 – Ausarbeitung: 1. HJ 2019 – Layout/Vorabdruck Fachpublikation: Herbst 2019
Partner	Fachverbände: SIA, BSLA, Anthos (CH), Bauwelt (D), CMS Merian Verlag (CH, insbes. für Publikation breite Bevölkerung), Hochparterre (CH), Le Moniteur (F), Tec21 (CH+) etc.
Konzeption	Ursula Baus, externer Dienstleister, z. B. Scala, etc.
Organisation	tbn

8.2 IBA Info Pavillons



IBA KIT Nomade – IBA Basel Expo 2016



IBA KIT

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> – Aufmerksamkeit für die IBA Basel Expo 2020 generieren – Informieren über die Projekte, Ausstellung und Veranstaltungen
Inhalt/Themen	Informationsmaterial und Veranstaltungshinweise
Form/Format	Informationspavillon [(bestehende IBA KIT gebrauchen)] <ul style="list-style-type: none"> – Badischer Bahnhof, – Marktplatz Basel, – Parvis de Gare Mulhouse
Output	Besucher für die Expo und Teilnehmer an den Veranstaltungen
Zielgruppe	Breite Bevölkerung
Zeitplan/Dauer	26. Juni – 20. September 2020
Kommunikation	IBA Basel
Partner	Tourismusvereine vor Ort
Konzeption	IBA Basel / Gemeinden / Tourismusvereine vor Ort
Organisation	Tourismusvereine vor Ort