

Medienmitteilung, 23. Januar 2017

Rückblick auf den Zürcher Kultursommer 2016

Dada und Manifesta. Diese zwei Begriffe stehen für den Zürcher Kunst- und Kultursommer im Jahr 2016. Zürich Tourismus bewarb ihn mit diversen Massnahmen in elf ausländischen Märkten. Erfolgreich, wie die Zahlen zeigen: Kulturveranstaltungen dieser Art unterstützen die Vermarktung der Tourismusdestination.

Das Jahr 2016 stand in Zürich im Zeichen der Kultur. Mit dem 100-Jahre-Dada-Jubiläum und der Manifesta 11 fanden gleich zwei bedeutende Kulturveranstaltungen in der Limmatstadt statt, die viele Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland nach Zürich gelockt haben. Die Zusammenarbeit zwischen der Stadt Zürich, dem Verein Dada 100 und Zürich Tourismus verlief bei beiden Anlässen durchwegs positiv.

Die Dada-Bewegung wurde 1916 an einem Februarabend an der Spiegelgasse 1 in Zürich aus der Taufe gehoben. Hugo Ball, Emmy Hennings und weitere Künstlerinnen und Künstler eröffneten dort das Cabaret Voltaire. Dada steht bis heute für eine – vielleicht radikale – Strategie, bestehende Vorstellungen und Werte ad absurdum zu führen. Im Anschluss zum Dada-Jubiläum fand im Sommer die Manifesta 11 statt. *What People Do For Money* war die im Zentrum stehende Frage der Manifesta. Nationale und internationale Künstlerinnen und Künstler arbeiteten ausserhalb ihrer gewohnten Umgebung und ihrer Ateliers mit Zürcher Berufsleuten zusammen. Über 200 Veranstaltungen begleiteten die Kunstaussstellung, die alle zwei Jahre an wechselnden Orten stattfindet.

Massnahmen von Zürich Tourismus

Zürich Tourismus unterstützte beide Anlässe in Form enger Kooperationen. Ziel war, die Kulturstadt Zürich international bekannter zu machen. Beide Veranstaltungen stiessen in den von Zürich Tourismus bearbeiteten Märkten auf reges Interesse. So konnte Zürich Tourismus 35 internationale Medienreisen explizit zu diesen Themen durchführen. Mit Abstand so viele wie noch nie. Die daraus entstandenen Berichte erreichten über 80 Millionen Menschen. Auf den Landingpages von zuerich.com verzeichneten die Server über 130'000 Besuche. 30'000 Personen besuchten die von Zürich Tourismus im Ausland organisierten Events zum Thema Dada. Über 150'000 Personen lasen Artikel zum Kulturjahr in von Zürich Tourismus hergestellten Printprodukten – zum Beispiel im Visitor-Magazin. Über eine halbe Millionen User wurden über die Social-Media-Kanäle der Marketingorganisation auf dem Laufenden gehalten.

Fazit: Sowohl das Dada-Jubiläum wie auch die Manifesta 11 begeisterten ein weltweites Publikum. Zürich konnte sich in einem internationalen Schaufenster präsentieren. Das rege Interesse zeigt, dass derlei Veranstaltungen für die Vermarktung einer Tourismusdestination von hohem Wert sein können.

Bilder zum Dada-Jubiläum und zur Manifesta 11 finden Sie [hier](#).

Zürich Tourismus

Zürich Tourismus ist verantwortlich für das Destinationsmarketing und damit für die touristische Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als vielfältige Tourismusdestination. Zürich Tourismus beschäftigt über 70 Mitarbeitende und ist aktiv in den Märkten Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Nordamerika, Italien, Österreich, Frankreich, Spanien und Japan sowie in den Wachstumsmärkten Brasilien, Russland, Indien, China, Golfstaaten und Südostasien. Die Destination Zürich bietet Freizeitgästen und Geschäftsreisenden Natur, Kultur, Kunst, Shopping und Gastronomie – alles in unmittelbarer Nähe.

Kontakt

Mediendienst Zürich Tourismus
Ueli Heer, Mediensprecher
Telefon +41 44 215 40 13
media@zuerich.com

Zürich Tourismus
Stampfenbachstrasse 52, CH-8006 Zürich
zuerich.com