



Nachhaltigkeitsbericht Destination Basel 2025

Basel Tourismus
CH-4010 Basel
Tel. +41 61 268 68 68
info@basel.com
www.basel.com

Manager Sustainability
Valeria Jeremias
Tel. +41 61 268 68 41
Valeria.jeremias@basel.com
Jahr der Datenerfassung 2024/25



Inhaltsverzeichnis

1	Management: Strategie und Planung (SDG 11, 16, 17, 13, 10).....	4
1.1	Politische Entscheidung	4
1.2	Tourismusstrategie.....	4
1.3	Nachhaltigkeitsrat	5
1.4	Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug	7
1.5	Nachhaltigkeitsbeauftragte.....	8
1.6	Partnerbetriebe.....	8
1.7	Dialog mit Anspruchsgruppen.....	9
1.8	Nachhaltigkeitskommunikation.....	10
1.9	Nachhaltigkeitsbericht	10
1.10	Rechtskonformität.....	10
1.11	Rahmenbedingungen Standortentwicklung	10
1.12	Verbesserungsmanagement.....	10
2	Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung (SDG 12, 11, 9, 4, 10).....	11
2.1	Gästezufriedenheit und -feedback.....	11
2.2	Qualitätsbewusstsein und Innovation.....	11
2.3	Gästeinformation	11
2.4	Werbe- und Informationsmaterial.....	11
2.5	Barrierefreiheit.....	12
2.6	Nachhaltige Produktbausteine	12
3	Ökonomie: Ökonomische Sicherung (SDG 8, 9, 11).....	13
3.1	Wirtschaftliche Stabilität.....	13
3.2	Saisonalität und wirtschaftliche Stabilität.....	13
3.3	Zufriedenheit mit der DMO.....	14
4	Ökonomie: Lokaler Wohlstand (SDG 8, 12, 10).....	14
4.1	Regionale Wirtschaftskreisläufe.....	14
4.2	Öko-faire Beschaffung	15
4.3	Quantität und Qualität von Beschäftigung	15
5	Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft (SDG 15, 14, 11).....	16
5.1	Auswirkungen auf Natur & Umwelt.....	16
5.2	Kooperation mit Naturschutzakteuren.....	16
5.3	Erhalt der biologischen Vielfalt.....	16

5.4	Interaktion mit Wildtieren	17
5.5	Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild.....	17
5.6	Regional abgestimmte Besucher*innenlenkung.....	17
5.7	Naturnahe Flächen und Aussenanlagen	17
5.8	Artenausbeutung und Tierschutz	18
6	Umwelt: Ressourcenmanagement (SDG 13, 6, 7, 12, 11).....	18
6.1	Handlungsfelder des Klimawandels	18
6.2	Umweltschonende Mobilitätskonzepte	18
6.3	Umweltschonende An- und Abreise	18
6.4	Umweltschonende Mobilität vor Ort	18
6.5	Klima- und Umweltschutz in Betrieben	19
6.6	Wasserqualität	19
6.7	Abwasser.....	19
6.8	Licht- und Lärmverschmutzung	19
6.9	Energieeffizienz	20
6.10	Abfall	20
6.11	Papier.....	20
6.12	Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten.....	21
7	Soziales: Kultur und Identität (SDG 11, 4, 10).....	21
7.1	Schutz und Erhalt von Kulturgütern	21
7.2	Kulturelle Artefakte.....	22
7.3	Geistiges Eigentum.....	22
7.4	Kulturelle Identität	22
7.5	Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten.....	23
8	Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität (SDG 3, 5, 10, 4, 16, 17).....	23
8.1	Menschenrechte.....	23
8.2	Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen.....	24
8.3	Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung	25
8.4	Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement	25
8.5	Arbeitsbedingungen in der DMO	26
8.6	Toleranz und Inklusion	26
8.7	Schulung zur Nachhaltigkeit.....	27

1 Management: Strategie und Planung (SDG 11, 16, 17, 13, 10)

1.1 Politische Entscheidung

Das politische Bekenntnis zur nachhaltigen Entwicklung ist im Kanton Basel-Stadt fest verankert. Nachhaltigkeit ist gemäß § 15 der Kantonsverfassung Teil aller staatlichen Aufgaben und zielt darauf ab, Lebensqualität für alle – heute und in Zukunft – zu sichern. Im Fokus stehen die Ziele «Werterhalt», «Handlungsfähigkeit» und «Gerechtigkeit», um natürliche, wirtschaftliche und soziale Grundlagen zu erhalten, gesellschaftliche Anpassungsfähigkeit zu fördern und die Generationengerechtigkeit sicherzustellen.

Im November 2022 hat das Basler Stimmvolk den Gegenvorschlag zur Klimagerechtigkeitsinitiative angenommen. Mit grosser Mehrheit wurde das Netto-Null Ziel 2037 beschlossen und der Begriff Klimagerechtigkeit in der baselstädtischen Verfassung verankert.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in den Statuten von BT sowie den Leistungsvereinbarungen zwischen Basel Tourismus und dem Kanton Basel-Stadt als fester Bestandteil integriert. Im Rahmenvertrag zwischen dem Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt (WSU) und dem Verein Basel Tourismus sind die Tätigkeiten des Vereins Basel Tourismus klar gegliedert. Unter Punkt 5 werden Produkte und Dienstleistungen, darunter die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen zur Steigerung der Nachhaltigkeit der Tourismusbranche sowie der Willkommenskultur an Grossveranstaltungen, spezifisch erwähnt.

Die Gasttaxenerträge werden gemäß § 1 des Gasttaxengesetzes sowie des Zweckbindungsartikels § 4, Absatz 1, ausschliesslich zur Finanzierung von touristischen Dienstleistungen und Infrastrukturen verwendet, die überwiegend im Interesse der Gäste liegen. Eine Verwendung für Werbe- oder Marketingzwecke ist nicht zulässig. Unter Berücksichtigung dieser Bedingungen können die Erträge zur Förderung der Nachhaltigkeit eingesetzt werden.

1.2 Tourismusstrategie

Die neue Tourismusstrategie 2024 bis 2027 wurde unter Einbezug wichtiger Stakeholder entwickelt. Sie positioniert Basel als attraktive Freizeitdestination, insbesondere für kunst und architekturaffine Individualreisende, und stärkt die Stadt zugleich als Standort für Kongresse und Events. Nachhaltigkeit ist dabei als eines von sechs Unternehmenszielen fest in der Strategie verankert.

Nachhaltigkeitsstrategie

Zur Koordination der nachhaltigen Entwicklung und zur Unterstützung der Branche wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Sie soll Basel als nachhaltige Stadt positionieren und berücksichtigt die Rückmeldungen des Nachhaltigkeits-Roundtables 2022 mit touristischen Akteurinnen und Akteuren, Regierung, Verwaltung und weiteren Interessengruppen. In die Überarbeitung flossen zudem die Agenda 2030, die SDGs, die Tourismusstrategien von Bund und Kanton, Initiativen von Schweiz Tourismus und Swisstainable sowie Ergebnisse aus dem GDS-Index ein.

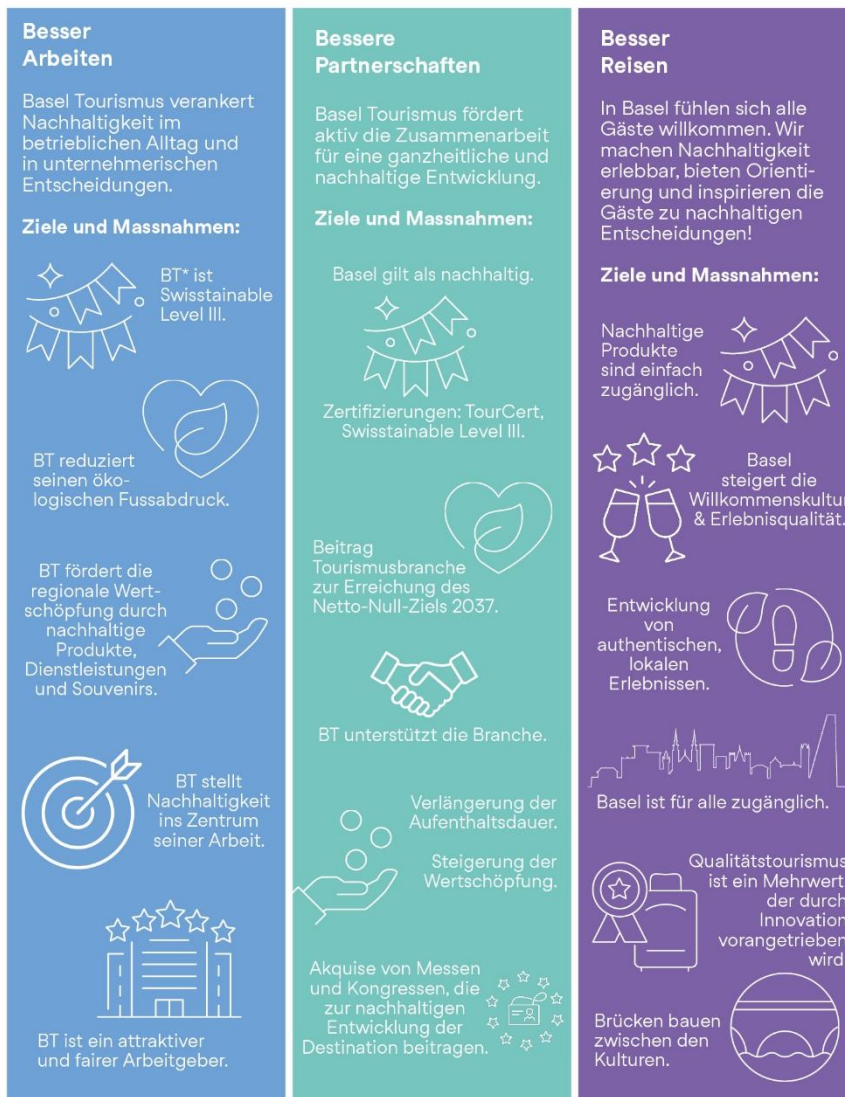


Basel ist eine inspirierende und einladende Stadt, die wirtschaftliche, ökologische und soziale Bedürfnisse verbindet. Die Stadt setzt auf qualitativ hochwertigen Tourismus statt Massentourismus und strebt eine Vorbildrolle in der nachhaltigen Entwicklung an.



Basel Tourismus fördert nachhaltiges Wachstum, stärkt die Zusammenarbeit und positioniert Basel als nachhaltige Destination mit erlebbarem Mehrwert für Gäste.

Die Strategie ist in drei separate, sich ergänzende Handlungsfelder gegliedert:



Die Strategien sind auf der Webseite von Basel Tourismus öffentlich zugänglich:



1.3 Nachhaltigkeitsrat

Der Nachhaltigkeitsrat Basel-Stadt dient als Plattform zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus und der touristischen Betriebe in Basel. Auf Destinationsebene werden Herausforderungen identifiziert, Projekte besprochen und Massnahmen entwickelt, die Basel nachhaltig voranbringen. Der Fokus liegt auf der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie auf der Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Akteuren.

Beim ersten Treffen im 2024 wurde der Austausch zum Thema Nachhaltigkeit zwischen Akteuren aus Kultur, Freizeit, Gastronomie, Hotellerie und Verwaltung intensiviert. Zudem wurden die TourCert-Zertifizierung vorgestellt, aktuelle Herausforderungen diskutiert sowie Potenziale und Risiken identifiziert.

Im aussergewöhnlichen Eventjahr 2025 fand ein Treffen am 11. September 2025 statt. Dabei standen insbesondere die Klimabilanzierung für den Tourismus in Basel im Hinblick auf 2026 sowie der Austausch von Erfahrungen im Fokus. Zudem wurde festgelegt, dass das Thema Anreise und Ticketintegration im Jahr 2026 stärker verfolgt werden soll.

Als mögliche zusätzliche Partner wurden bereits der Handelsverband, die Barbranche und der Denkmalschutz genannt. Darüber hinaus soll die Zivilgesellschaft künftig stärker einbezogen werden.



Zweites Treffen des Nachhaltigkeitsrats.

Mitglieder des Nachhaltigkeitsrats:

- Andrea Durrer-Fässler, Gastgeberin/Direktorin, Hotel Gaia
- Andreas Mante, Leiter Kommunikation, Historisches Museum Basel
- Andres Pardey, Vize-Direktor, Museum Tinguely
- Ann Müller, Head of Corporate & Business Development, Basel Tourismus
- Arnaud Tourin, General Manager GPB Hotel AG / SB Hotel SA
- Barbara Tank, Klimafachstelle Basel
- Celestina Rogers, Basel2037
- Christoph Schön, Lebensmittelnetzwerk Basel, Markthalle
- Christoph Widmer, Mitglied der Geschäftsleitung, Wyniger Gruppe
- Frédéric Petignat, Stv. Geschäftsführer, Basler Personenschiffahrt AG
- Kaarina Riesen, Schweizer Verband für nachhaltige Events
- Kim Maike Berrendorf, Head of Group Sustainability, MCH Group Ltd.
- Letizia Elia, CEO, Basel Tourismus
- Matthias F. Böhm, Geschäftsführer, StadtKonzeptBasel
- Matthias Fellmann, Projektgruppe Nachhaltigkeit, Kunstmuseum Basel
- Michaela Reimann, Basel2037
- Nadine Grüninger Kantons- und Stadtentwicklung Basel-Stadt
- Philipp Selzer, Projektgruppe Nachhaltigkeit, Kunstmuseum Basel
- Valeria Jeremias, Manager Sustainability, Basel Tourismus

1.4 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug

Das Leitbild von Basel Tourismus verankert die ökologische und soziale Verantwortung gegenüber der Region, den Mitarbeitenden und den eigenen Aktivitäten. Es definiert eine klare Vision und Mission für den Betrieb und die Destination, wobei Nachhaltigkeit ein zentrales Element bildet. Das Leitbild wurde intern und extern kommuniziert, ist öffentlich zugänglich und wird in Kapitel 1.2 ausführlich erläutert.

Ein zentraler Bestandteil dieser Strategie ist eine klare Definition von Nachhaltigkeit:



Die Unternehmenswerte von Basel Tourismus bilden die Grundlage für ein respektvolles Miteinander und stärken das gemeinsame Engagement für die Destination Basel. Sie wurden gemeinsam mit der Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden entwickelt und im Arbeitsalltag verankert.

**us Lydeschaft
für Baasel**

- #zämmeheebe**
Wir arbeiten zusammen, über alle Bereiche und Abteilungen hinaus.
- #vernetztblyybe**
Wir suchen den Austausch mit unseren Partnern und teilen unsere Passion für Basel.
- #enandervertraue**
Wir übernehmen Verantwortung und übergeben sie auch, weil wir einander vertrauen.
- #dgeschtimhäärz**
Wir stellen die Gästebedürfnisse ins Zentrum aller unserer Aktivitäten.
- #vorusdängge**
Wir freuen uns auf die Zukunft und bleiben immer am Puls der Zeit.

1.5 Nachhaltigkeitsbeauftragte

Bei Basel Tourismus ist Nachhaltigkeit organisatorisch klar verankert. Die Position Manager Sustainability bildet die zentrale Anlaufstelle für interne und externe Nachhaltigkeitsthemen, koordiniert entsprechende Aufgaben und unterstützt die Partnerbetriebe aktiv. Aufgrund der wachsenden Bedeutung des Bereichs wurde die Stelle nach einem Jahr von 50 Prozent auf eine Vollzeitstelle ausgebaut.

Zur stärkeren Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens innerhalb der Organisation wurde ein internes Nachhaltigkeitsteam gegründet. Dieses unterstützt den Austausch zwischen den Abteilungen und soll die Umsetzung nachhaltigkeitsbezogener Themen im Arbeitsalltag fördern.

1.6 Partnerbetriebe

Basel Tourismus verfügt über ein breites Netzwerk von Partnerbetrieben, die sich aktiv für eine nachhaltige Entwicklung engagieren. Als Partnerbetriebe im Rahmen der Destinationszertifizierung gelten Betriebe, die Teil des Swisstainable Programms sind. Basel Tourismus begleitet interessierte Betriebe individuell bei der Anmeldung, unterstützt sie beim Ausfüllen relevanter Dokumente wie Massnahmenplan und Check und gibt Empfehlungen für die Weiterentwicklung innerhalb des Programms. Die Unterstützung erfolgt sowohl auf Anfrage als auch proaktiv, indem registrierte Partnerbetriebe auf Basis der monatlichen Swisstainable Reports direkt kontaktiert werden.

Die Bedeutung von Swisstainable wird in der Branche regelmässig kommuniziert. Dazu trugen in den vergangenen Jahren verschiedene Informationsformate bei, unter anderem ein Partnertag mit Fokus auf nachhaltige Gastronomie sowie ein Webinar zu Nachhaltigkeit in Museen in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tourismusverband. Auch in den jährlichen Gesprächen mit Partnerbetrieben weisen Mitarbeitende von Basel Tourismus auf das Swisstainable Programm hin und erläutern dessen Bedeutung für die Destination und die einzelnen Betriebe.

Einen wichtigen Impuls setzte das Swisstainable Event 2025, das Basel Tourismus gemeinsam mit der Genussstadt Basel organisierte. Die Abteilungen Kantons- und Stadtentwicklung sowie die Klimafachstelle stellten einen Unterstützungsbeitrag bereit und übernahmen die Teilnahmegebühren für Betriebe, die sich neu für Swisstainable anmelden oder im Programm ein Level aufsteigen möchten. Dank dieser Zusammenarbeit konnte Swisstainable insbesondere in der Basler Gastronomie weiter gestärkt werden.

Auch in der Basler Hotellerie hat die Zahl der Zertifizierungen und Swisstainable Level III Betriebe in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Die zertifizierten Betriebe werden auf der Landingpage der Nachhaltigkeitsstrategie speziell aufgeführt. Zudem sind auf der Website von Basel Tourismus alle Betriebe mit dem Swisstainable Label gekennzeichnet. Filter erleichtern die Suche nach nachhaltigen Restaurants und Hotels.

	Einheit	2024	2025
1.7.1. Anteil anerkannter Partnerbetriebe	%	22	34
1.7.2. Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel (Swisstainable Level III)	Anz.	17	25
1.7.3. Anteil von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel (GSTC anerkannt/Swissainable Level III)	%	5.3	7.8

1.7 Dialog mit Anspruchsgruppen

Basel Tourismus pflegt den regelmässigen Dialog mit seinen Anspruchsgruppen, um Qualitätstourismus und eine nachhaltige Entwicklung der Destination gezielt zu fördern. Über Partner- und Branchennewsletter informiert Basel Tourismus laufend über aktuelle Themen, Projekte und Entwicklungen. Dabei werden auch regelmässig Hinweise und konkrete Tipps zu Nachhaltigkeit für Partnerbetriebe aufgegriffen.

Die Rückmeldungen der Partnerinnen und Partner zeigen 2025 insgesamt ein positives Bild. Eine Mehrheit ist der Ansicht, dass Basel Tourismus einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismusstandorts Basel leistet. Auch der regelmässige Dialog zur Nachhaltigkeit wird mehrheitlich positiv bewertet, wobei der Zustimmungswert gegenüber 2024 leicht zurückgegangen ist. Die Selbsteinschätzung der Betriebe fällt ebenfalls positiv aus. Rund sechs von zehn Organisationen bezeichnen sich selbst als nachhaltig. Gegenüber 2024 ist dieser Wert leicht gestiegen, während der Anteil der Betriebe, die dies nicht beurteilen können, deutlich zurückgegangen ist.

Ein zentrales Element im Austausch mit der Branche ist der jährliche Partnertag. Nachhaltigkeit ist seit mehreren Jahren fester Bestandteil der Veranstaltung. 2025 wurde der Green Corner fortgeführt. Zudem wurde gemeinsam mit den Partnerbetrieben in einer Breakout Session das Thema Tourismusakzeptanz proaktiv aufgegriffen und diskutiert.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der direkten Unterstützung der Partnerbetriebe beim Swisstainable Programm. Basel Tourismus berät Betriebe individuell, stellt auf der Website unter «[Tipps für unsere Partner](#)» hilfreiche Informationen bereit und verweist auf lokale Nachhaltigkeitsprogramme. 2025 organisierte Basel Tourismus zum zweiten Mal gemeinsam mit der Genussstadt Basel, der Kantons- und Stadtentwicklung sowie der Klimafachstelle ein Gastroevent zu Swisstainable. Die Betriebe erhielten kurze Inputs zu Programmen auf Level II und III, Informationen zur finanziellen Unterstützung der Teilnahme sowie Gelegenheit zum Austausch und Networking.

Im Rahmen der Grossanlässe 2025, insbesondere des Eurovision Song Contest und der UEFA Women's EURO, engagierte sich Basel Tourismus aktiv in den Projektteams. Nachhaltigkeit war ein integraler Bestandteil der Vorbereitungen und wurde mit ambitionierten Konzepten verfolgt, die auch als Grundlage für künftige Veranstaltungen in Basel dienen sollen. Ergänzend fanden Branchenschulungen vor Ort statt, bei denen Nachhaltigkeit einer von vier thematischen Schwerpunkten war. Der Fokus lag insbesondere auf Diversität und Inklusion in der Stadt und an Veranstaltungen.

Zur weiteren Sensibilisierung der Branche führte Basel Tourismus 2025 zudem ein Webinar für Partnerbetriebe zum Thema barrierefreie Kommunikation durch und machte dabei auf die App Ginto aufmerksam.

Ergänzend wurde die Onlinetrainingsplattform «[Du bist Basel](#)» überarbeitet. Sie richtet sich an die gesamte Tourismusbranche, von Mitarbeitenden und Freiwilligen bis hin zu Reiseveranstaltern, Agenturen und weiteren Interessierten. In verschiedenen Modulen können die Teilnehmenden ihr Wissen über die Stadt Basel und wichtige Veranstaltungen vertiefen. Zusätzlich wurde ein Modul zum Thema Nachhaltigkeit erstellt, das der Schulung und allgemeinen Sensibilisierung der Branche dient.

1.8 Nachhaltigkeitskommunikation

Basel Tourismus informiert umfassend über nachhaltige Projekte, Initiativen und Massnahmen zur Förderung eines verantwortungsvollen Tourismus in der Stadt. BT bietet auf drei speziellen Landingpages Informationen zur Nachhaltigkeit in Basel – eine für [Freizeittouristen](#), eine für [Veranstaltungen und Kongresse](#) und eine für die [Nachhaltigkeitsstrategie](#) und Tipps für Partnerbetriebe.

Die interne Mitarbeitendenbefragung 2024 zeigte einen vergleichsweise tiefen Nachhaltigkeitsindex. Daraus wurde abgeleitet, dass die Themen Nachhaltigkeit und insbesondere Barrierefreiheit intern stärker geschult werden sollen. Deshalb wurde 2025 eine freiwillige Schulungsreihe für Mitarbeitende umgesetzt. Die vier Schulungen behandelten die Themen SDGs und Tourismus, Nettonull und Klima, Diversität und Inklusion bei Grossanlässen sowie eine interaktive Sensibilisierung mit dem Verein Blind Jogging zur Perspektive von Menschen mit Sehbehinderung.

	Einheit	2024	2025
1.9.1.Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	%	35	Keine Datenerhebung
1.9.2.Nachhaltigkeits-Index Marketing und Kommunikation	%	47	Keine Datenerhebung

1.9 Nachhaltigkeitsbericht

Im Nachhaltigkeitsbericht stellt Basel Tourismus zukünftig jährlich die zentralen Themen, Initiativen und Massnahmen dar. Dieser Bericht wird über die [Webseite](#) öffentlich zugänglich gemacht.

1.10 Rechtskonformität

Basel Tourismus hält sich konsequent an die relevanten gesetzlichen Vorgaben, insbesondere in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit, Arbeit und Umwelt. Die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen wird durch klare Strukturen und interne Kontrollmechanismen sichergestellt.

1.11 Rahmenbedingungen Standortentwicklung

In Basel gelten umfassende Planungsrichtlinien und Vorschriften, die insbesondere die Entwicklung des städtischen Raums und öffentlicher Bauten kontrollieren. Diese Vorgaben zur nachhaltigen Flächennutzung und Gestaltung zielen darauf ab, Umweltaspekte zu berücksichtigen und die langfristige Lebensqualität in der Stadt zu fördern. Im Rahmen der kantonalen Klimastrategie werden vor allem Bau- und Sanierungsprojekte nach nachhaltigen Richtlinien durchgeführt. Grössere Bau- und Planungsprojekte beinhalten standardmässig Bewertungen der ökologischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Auswirkungen.

Kurzzeitvermietungen stellen aufgrund der moderaten Tourismuszahlen bislang kein grosses Problem für den Wohnungsmarkt dar, sind aber meldepflichtig. Zudem erhebt Basel seit dem 1. September 2018 automatisch eine Gästetaxe pro Nacht und Person für jede Airbnb-Buchung im Kanton. Diese Einnahmen fliessen in den Bau und die Instandhaltung der touristischen Infrastruktur. Gäste erhalten im Gegenzug die BaselCard, mit der sie das gesamte öffentliche Verkehrsnetz kostenlos nutzen und 50 % Rabatt auf den Eintritt in Museen sowie Fahrradverleih erhalten.

1.12 Verbesserungsmanagement

Seit 2024 erarbeitet Basel Tourismus ein Verbesserungsprogramm, das sich mit den sozioökonomischen, kulturellen und ökologischen Auswirkungen des Tourismus auseinandersetzt. Das Programm enthält konkrete Massnahmen sowohl für Basel Tourismus selbst als auch für die

Destination. Es wird jährlich aktualisiert und systematisch überwacht, um Fortschritte und Herausforderungen gezielt zu erfassen und anzugehen.

2 Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung (SDG 12, 11, 9, 4, 10)

2.1 Gästezufriedenheit und -feedback

In der Tourist Information werden die Gäste aktiv auf eine Umfrage aufmerksam gemacht, die Aufschluss über die Zufriedenheit, das Reiseverhalten und die Gründe für den Aufenthalt in Basel gibt. In der Umfrage werden die Gäste auch gefragt, inwiefern sie Basel als nachhaltige Destination wahrnehmen. Basel 2024 erreichte hier einen Wert von 3.31 von 5 Punkten.

2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation

Da der Schweizer Tourismus-Verband (STV) das Qualitätsprogramm und die damit verbundenen Gütesiegel Ende 2022 eingestellt hat, liegen keine Daten dazu vor, wie viele Betriebe in Basel-Stadt eine Qualitätsauszeichnung besitzen. Als Qualitätssiegel verwendet BT das Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable. In Kapitel 1.6 wird auf die Swisstainable Partnerbetriebe in der Destination verwiesen.

2.3 Gästeinformation

Basel Tourismus informiert die Gäste aktiv über Nachhaltigkeitsthemen in der Destination und zeigt Möglichkeiten auf, wie sie zu einem verantwortungsvollen Tourismus beitragen können. Eine spezielle [Landingpage](#) bietet Tipps für einen nachhaltigeren Aufenthalt in Basel und gibt Hinweise auf regionale und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

Basel verfügt über eine zentrale Tourist Information (TI) im Stadtcasino, die mit dem Ziel eines «One-Stop-Shop» für Gäste weiterentwickelt wird. Die zweite TI am Bahnhof SBB wurde nach ihrer Schliessung während der Corona-Pandemie dauerhaft aufgegeben. Um dennoch flexibel auf das Besucheraufkommen zu reagieren, setzt Basel Tourismus ein mobiles Cargo Bike ein, das als mobile Informationsstation bei grösseren Events und an stark frequentierten Orten wie dem Bahnhof oder der Messe eingesetzt wird. Ergänzt wird dieses Angebot durch das Freiwilligenprogramm der «[Flying Concierges](#)», das zusätzliche Unterstützung für eine flexible und ortsunabhängige Gästeberatung bietet. 2025 wurde die nachhaltige Gästeinformation weiter gestärkt. Im Rahmen einer Weiterbildung nahmen die Guides am neuen Nachhaltigkeitsrundgang teil. Die Schulung sensibilisierte sie für das Thema Nachhaltigkeit und befähigt sie, relevante Fakten zur nachhaltigen Entwicklung in Basel künftig auch in reguläre Führungen zu integrieren.

	Einheit	2024	2025
2.3.1. Anzahl von touristischen Informationsstellen	Anz.	1	1
2.3.2. Nachhaltigkeits-Index Guides	%	72	Keine Datenerhebung

2.4 Werbe- und Informationsmaterial

Basel Tourismus legt Wert auf eine korrekte und transparente Darstellung der Destination sowie ihrer Angebote. Greenwashing wird bewusst vermieden und es wird darauf geachtet, dass alle Produkte und Dienstleistungen authentisch und sachlich dargestellt werden. Die Werbe- und Informationsmaterialien behandeln die natürlichen und kulturellen Ressourcen sowie die lokale Gemeinschaft respektvoll. Ausserdem wird korrekt gegendert. Um nachhaltige Entscheidungen für Gäste zu erleichtern, wird das Swisstainable-Signet verwendet, hauptsächlich auf digitalen Kanälen.

2.5 Barrierefreiheit

Basel engagiert sich für Barrierefreiheit und Inklusion. Mit der Verankerung des Behindertenrechtsgesetzes (§4a NöRG) wird die barrierefreie Zugänglichkeit öffentlicher Räume und Veranstaltungen in Basel-Stadt verpflichtend vorgeschrieben, was auch die Umgestaltung von Tramstationen zur Verbesserung der Barrierefreiheit umfasst. Diese Bemühungen erfolgen unter dem Prinzip der Verhältnismässigkeit, wodurch auch wirtschaftliche, denkmalpflegerische und naturschutzbezogene Aspekte in die Umsetzung einbezogen werden. Eine spezialisierte Abteilung für Diversität und Integration sowie eine umfassende Integrationsstrategie fördern die Chancengleichheit und den Zugang für alle.

Eine [Landingpage](#), die auch in [einfacher Sprache](#) verfügbar ist, informiert umfassend über die Barrierefreiheit in Basel und bietet eine Schnittstelle zu Pro Infirmis, die detaillierte Zugänglichkeitsinformationen bereitstellen. Aktuell liegt die Beteiligung am OK:GO Programm in der Destination bei rund 21 %. Dazu gehört die Information in Newsletter zum Programm, die Sensibilisierung bei Swisstainable-Coaching in Betrieben, sowie auch ein Mapathon in 2025 wurde die Datengrundlage zur Barrierefreiheit weiter verbessert. In Zusammenarbeit mit Sitios führte Basel Tourismus einen Mapathon durch, bei dem rund 30 Freiwillige etwa 50 Betriebe in Basel vermessen. Die erhobenen Daten wurden in der App erfasst oder bestehende Informationen aktualisiert und damit öffentlich zugänglich gemacht.

Darüber hinaus beteiligt sich Basel Tourismus seit Beginn an der Accessible Tour of Switzerland und hat die Initiative mitgeprägt. Ziel ist es, gemeinsam mit Partnern zugänglichere touristische Angebote zu entwickeln und die Branche für barrierefreien Tourismus zu sensibilisieren.

Auch die digitale Barrierefreiheit wurde 2025 weiter gestärkt. Die Website von Basel Tourismus wurde im Hinblick auf die Anforderungen des European Accessibility Act angepasst. Mit dem Tool Eye Able wird die Zugänglichkeit der Website laufend überprüft und kontinuierlich verbessert.

	Einheit	2024	2025
2.6.1. Anteil von Tourismusbetrieben mit Zugänglichkeitsdaten auf OK:GO (ginto)	%	15	21

2.6 Nachhaltige Produktbausteine

Basel Tourismus erhebt und bewertet den Nachhaltigkeitsgrad der touristischen Angebote anhand einer eigens entwickelten Checkliste. Diese ermöglicht eine systematische Einschätzung der wichtigsten Produkte und dient als Orientierung für die strategische Weiterentwicklung des Portfolios.

Die analysierten Angebote machen einen relevanten Anteil des Portfolios aus. Ein grosser Teil davon sind geführte Stadttouren zu Fuss, deren ökologische und soziale Auswirkungen trotz unterschiedlicher Themen und teilweise involvierter Partner vergleichbar sind. Neue Angebote werden ebenfalls anhand der Checkliste geprüft, um nachhaltige Standards im Produktportfolio langfristig sicherzustellen.

	Einheit	2024	2025
--	---------	------	------

2.7.1. Anteil der von der DMO auf Nachhaltigkeit bewerteten touristischen Dienstleistungen	%	21	26
2.7.2. Nachhaltigkeits-Index Produktbewertung	%	68.57	74.12

3 Ökonomie: Ökonomische Sicherung (SDG 8, 9, 11)

3.1 Wirtschaftliche Stabilität

Die Tourismusdaten für Basel werden monatlich in enger Zusammenarbeit zwischen dem Statistischen Amt und Basel Tourismus erhoben, analysiert und über verschiedene Verteiler bereitgestellt. In den letzten Jahren hat sich der Tourismus in Basel deutlich verändert. Der individuelle Geschäftstourismus und das Messesegment haben an Bedeutung verloren, während Freizeit- und Kongresstourismus stärker in den Fokus gerückt sind. Diese Bereiche werden durch Basel Tourismus gezielt bearbeitet, um die wirtschaftliche Stabilität der Destination langfristig zu sichern.

2025 wurde zum zweiten Mal in der Geschichte des Basler Tourismus die Marke von 1,5 Millionen Logiernächten übertroffen. Mit 1'686'289 Übernachtungen erreichte Basel einen neuen Rekordwert. Gegenüber 2024 entspricht dies einer Zunahme von 8,5 Prozent beziehungsweise 132'364 Logiernächten.

Basel Tourismus informiert transparent über die wirtschaftlichen Kennzahlen der Organisation im öffentlich zugänglichen [Jahresbericht](#), der auf der Website von Basel Tourismus eingesehen werden kann.

	Einheit	2024	2025
3.1.1. Durchschnittliche Bettenauslastung	%	60.1	64.8
3.1.2. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	1.82	1.86
3.1.3. Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner*innen (Tourismusintensität)	Anz.	7'513'853	8'009'771
3.1.4. Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	CHF	685'700'000	685'700'000
3.1.5. Touristische Ausgaben pro Besucher*in pro Tag	CHF	173	173
3.1.6. Höhe des Steueraufkommens des Tourismus	CHF	-	-
3.1.7. Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtbeschäftigten	%	5.08	5.08

3.2 Saisonalität und wirtschaftliche Stabilität

Basel Tourismus beobachtet die monatliche Verteilung der Gästeankünfte und Hotelübernachtungen in Basel genau, um saisonale Schwankungen besser zu verstehen und gezielte Massnahmen zur Lenkung der Besucherströme zu entwickeln. Diese Informationen werden in einem monatlichen Newsletter an alle Partner und Interessierte verschickt.

Die touristische Nachfrage konzentriert sich auf Mai bis September sowie den Dezember. Die Hauptsaison liegt zwischen Juni und September, in denen deutlich überdurchschnittliche Werte

erreicht werden. Der Dezember hat sich in den letzten zehn Jahren – dank gezielter Positionierung und Angebotsentwicklung – als einer der besucherstärksten Monate etabliert.

Die stärksten Auslastungsspitzen entstehen rund um Grossveranstaltungen wie die Art Basel, die Basler Fasnacht, das Basel Tattoo und den Weihnachtsmarkt. Auffällig ist, dass in Monaten wie Juni, September und Dezember die Zahl der Übernachtungen im Verhältnis zu den Ankünften überproportional steigt. Dies ist ein Hinweis auf längere Aufenthalte, besonders durch Kultur- und Eventangebote. Die Monate Januar und Februar zeigen weiterhin deutliche Unterauslastung und stellen ein strategisch relevantes Potenzial dar.

Durch gezielte Produktentwicklung in schwächeren Monaten sowie die Akquise von Kongressen in diesen Zeiträumen wird versucht, die Auslastung der Destination ganzjährig stabil zu halten. Das bezieht sich besonders auf die zwei schwächsten Monate Januar und Februar. Im Jahr 2025 wird die Initiative «Z'Gascht in dinere Stadt» durchgeführt, bei der Einwohner*innen der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und teilweise Solothurn eingeladen werden, ihre eigene Stadt neu zu entdecken und Hotelangebote zu attraktiven Preisen zu nutzen. Ziel ist es, die Bindung zur Destination zu stärken, den Einheimischen ein besonderes Erlebnis zu bieten und gleichzeitig die lokale Hotellerie in dieser auslastungsschwachen Zeit zu unterstützen.

3.3 Zufriedenheit mit der DMO

2025 wurde die Zufriedenheit der Partnerinnen und Partner mit Basel Tourismus erneut erhoben. Insgesamt zeigen sich 80,6 Prozent der Befragten zufrieden oder sehr zufrieden mit Basel Tourismus. Damit liegt der Wert leicht unter dem Vorjahr. Leichte Rückgänge zeigen sich insbesondere bei der Reaktionszeit. Gleichzeitig wird in den offenen Rückmeldungen das engagierte Team hervorgehoben. Die Zusammenarbeit mit den Partnerbetrieben wird weiterhin positiv beurteilt. Nachhaltigkeit bleibt ein zentrales Thema. Mehrere Rückmeldungen zeigen den Wunsch nach einer klareren Umsetzung sowie nach einem regelmässigen Austausch zu nachhaltigkeitsbezogenen Themen.

	Einheit	2024	2025
3.3.1. Zufriedenheits-Index Partner*innen, Interessensgruppen	%	87.3	80.6
3.3.2. Rücklaufquote der Befragung der Partner*innen, Dienstleister*innen, Interessensgruppen	%	17.14	16.2

4 Ökonomie: Lokaler Wohlstand (SDG 8, 12, 10)

4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Basel engagiert sich intensiv für die Förderung regionaler Produkte und den Ausbau der Kreislaufwirtschaft. Das Programm «Basel Circular» unterstützt kleine und mittlere Unternehmen sowie Start-ups, darunter auch Hotels und Restaurants, bei der Entwicklung nachhaltiger und ressourcenschonender Geschäftsmodelle. Ein weiteres Highlight ist die jährlich stattfindende «Genusswoche Basel», die saisonalen, lokalen und handwerklichen Produkte in den Mittelpunkt stellt. Zahlreiche Gastronom*innen und Hotels beteiligen sich aktiv an dieser Woche und stärken damit die Verbindung zur Region. Mit der Regionalmarke «Genuss aus Stadt und Land» und Zertifizierungen wie dem Label «regio.garantie» wird die lokale Herkunft von Produkten für Gastronomiebetriebe sichtbar hervorgehoben.

Darüber hinaus unterstützt Basel Tourismus die Initiative [Feld zu Tisch](#), die sich der regionalen Lebensmittelproduktion widmet. Dieses Programm vereint Gastronom*innen, Ladenbetreiber*innen

und Produzent*innen der Region, um den direkten Handel ohne Zwischenhandel zu stärken. Es setzt auf Kooperation, nachhaltiges Handwerk, faire Bedingungen, hochwertige Böden und echte Beziehungen zwischen Menschen und der Umwelt.

Basel Tourismus fördert diese Programme aktiv, indem die Anlässe über eigene Kommunikationskanäle vermarktet und im Rahmen der Swisstainable Coachings bekannt gemacht werden. Zudem bietet BT eine Plattform für den Austausch am jährlichen Partnertag. Für das Jahr 2025 ist geplant, diese Programme noch stärker in die online Tipp-Liste zu integrieren.

Basel Tourismus fördert die Verwendung und Sichtbarkeit regionaler Produkte. So sind die «Jakob's Basler Leckerli» aus der ältesten Biscuitmanufaktur der Schweiz als typische Basler Spezialität im Angebot der Tourist Information und in den Willkommenspakete zu finden. Ein weiteres wichtiges Produkt sind die [Wickelfische](#). Der Hersteller ist Teil des amfori Business Social Compliance Program (BSCI), setzt sich für soziale und ökologische Standards in der Produktion ein und kompensiert die bei der Produktion entstehenden Emissionen. Während der Rheinschwimmsaison 2023 konnten die Besucher*innen zum zweiten Mal Wickelfische in der Tourist Information nicht nur kaufen, sondern auch ausleihen. Zwischen Juni und Oktober wurden insgesamt 793 Wickelfische ausgeliehen.

4.2 Öko-faire Beschaffung

Seit 2024 verfügt Basel Tourismus über Beschaffungsrichtlinien, die sich an den Grundsätzen der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit orientieren. Bau- und Dienstleistungen sowie Lieferaufträge werden nach Möglichkeit unter Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Kriterien vergeben. Ziel ist es, die lokale Wirtschaft zu stärken und eine verantwortungsvolle Beschaffung zu fördern. Die Analyse der Lieferantenstruktur zeigt seither eine positive Entwicklung bei regionalen und nachhaltigen Lieferanten gemäss den definierten Kriterien.

	Einheit	2024	2025
4.2.1 Anteil (%) regionaler, sozialer oder ökologischer Kreditoren	%	45	54

4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Die Arbeitsbedingungen in Basel werden durch kantonale und nationale Vorgaben umfassend geregelt. Das kantonale Arbeitsinspektorat berät und kontrolliert unter anderem zu Arbeitsschutz, Gesundheit am Arbeitsplatz, Arbeitszeiten und arbeitsrechtlichen Fragen. Ergänzend liefern Statistiken zu Arbeitslosigkeit, Löhnen und Branchenentwicklungen eine wichtige Grundlage zur Beobachtung der Arbeitsbedingungen.

Für Gastronomie und Hotellerie bildet der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes die zentrale Grundlage. Er regelt unter anderem Löhne, Arbeitszeiten, Sozialversicherungen und weitere Arbeitsbedingungen. Zusätzlich gelten im Kanton Basel-Stadt ein gesetzlicher Mindestlohn sowie rechtliche Grundlagen zu Gleichstellung, Lohngleichheit und Diskriminierungsschutz.

	Einheit	2024	2025
4.3.1. Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen	Anz.	6728	Daten noch nicht vorhanden
4.3.2. Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe	Anz.	236	Daten noch nicht vorhanden

4.3.3. Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen	Anz.	4080	Daten noch nicht vorhanden
--	------	------	----------------------------

5 Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft (SDG 15, 14, 11)

5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

Als Stadtkanton ist die Fläche der ausgewiesenen Schutzgebiete relativ klein, aber mit 938 Hektaren Grün- und Wasserflächen pro 100'000 Einwohner*innen verfügt Basel über wichtige Freiräume, die zur Lebensqualität und zur Biodiversität beitragen. Die Luftqualität hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert, die Feinstaubwerte liegen unter den langfristigen Grenzwerten. Im Sommer kommt es jedoch aufgrund längerer Hitzeperioden gelegentlich zu Überschreitungen der Ozongrenzwerte.

Der Tourismus in Basel findet hauptsächlich im urbanen Raum statt und hat daher nur geringe Auswirkungen auf Naturschutzgebiete. Die allen Gästen zur Verfügung stehende BaselCard fördert die Nutzung des öffentlichen Verkehrs und damit eine emissionsarme Mobilität in der Stadt. Darüber hinaus bietet Basel Tourismus einen Grossteil der Stadtrundgänge zu Fuss an, die eine nachhaltige Erkundung der Stadt ermöglichen. An stark frequentierten Orten wie dem Rheinufer und in Parks werden in der Hochsaison im Sommer Informationstafeln aufgestellt, die auf das richtige Verhalten im öffentlichen Raum hinweisen und unter anderem für nachhaltigeres Verhalten wie Recycling sensibilisieren.

	Einheit	2024	2025
5.1.1. Anteil der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	0.20	0.20

5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Bisher besteht bei Basel Tourismus keine aktive Zusammenarbeit mit Naturschutzakteuren, da der Tourismus in Basel vorwiegend im städtischen Raum stattfindet und daher selten direkt mit Naturschutzgebieten in Berührung kommt.

5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Basel setzt sich aktiv für den Erhalt der Biodiversität ein und hat im Jahr 2023 eine kantonale Biodiversitätsstrategie verabschiedet, die verbindliche Massnahmen zum Schutz und zur Förderung der Artenvielfalt festlegt. Der Fokus liegt unter anderem auf dem Erhalt einheimischer Arten, der Vernetzung von Biotopen und der Eindämmung invasiver Arten. Im Rahmen dieser Strategie sind Projekte zur Begrünung von Dächern verpflichtend. Zudem wurde Basel als «Grünstadt Schweiz» ausgezeichnet, da die Stadt die nachhaltige Pflege und Gestaltung von Grünflächen nach übergeordneten ökologischen Standards umsetzt. Die Stadt führt ein Baumregister sowie ein Inventar schützenswerter Naturflächen, um wichtige ökologische Ressourcen langfristig zu schützen.

Da der Tourismus hauptsächlich in städtischen Bereichen konzentriert ist, ist der direkte Einfluss auf die Biodiversität in Basel dem normalen städtischen Leben gleichzustellen. Die Einführung von Informationsstellen an sensiblen Orten wie dem Rheinufer, in Parks und an öffentlichen Brunnen trägt dazu bei, das Bewusstsein für den Erhalt der städtischen Natur zu schärfen und die Gäste und Bewohner*innen zum achtsamen Umgang mit der Umwelt zu bewegen.

5.4 Interaktion mit Wildtieren

Mit der Einführung des neuen Wildtier- und Jagdgesetzes gilt ab April 2024 im Kanton Basel-Stadt eine Leinenpflicht während der Hauptsetz- und Brutzeit, die damit für beide Basler Kantone verbindlich ist.

Die Region zeichnet sich durch eine erstaunliche Vielfalt an Lebensräumen aus, die von den Wäldern des Jura über Gewässer, Natur- und Kulturlandschaften bis hin zu urbanen Grünflächen und begrünten Dächern reichen. Um das Wissen über die Verbreitung von Wildtieren in Basel zu erweitern, wurde das Projekt «Wilde Nachbarn beider Basel» initiiert. Dieses Projekt, getragen von der Stadtgärtnerei Basel und der Fachstelle Wildtiere, Jagd und Fischerei Baselland, sammelt Wildtierbeobachtungen, um deren Vorkommen und Verhalten besser zu verstehen und der Bevölkerung die Tierwelt der Region näherzubringen.

Basel Tourismus bietet keine Angebote an, die Wildtiere stärker beeinträchtigen als es das alltägliche städtische Leben tut. Es werden bewusst keine Programme oder Aktivitäten entwickelt, die Interaktionen mit Wildtieren fördern oder auf invasive Weise gestalten.

5.5 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

In Basel sorgt der gesetzlich verankerte Denkmal- und Ortsbildschutz auf kantonaler und bundesweiter Ebene dafür, dass architektonisch und kulturell wertvolle Gebäude sowie das historische Stadtbild erhalten und gepflegt werden. Dieser Schutz betrifft verschiedene Museen, Kulturstätten und Hotels. Jedoch ergeben sich insbesondere bei ökologischen und baukulturellen Sanierungen Herausforderungen, die auch im Nachhaltigkeitsrat besprochen wurden und zukünftig verstärkt angegangen werden sollen.

Der Tourismus in Basel konzentriert sich stark auf die historische Altstadt, richtet sich aber zunehmend auch auf die moderne Architekturszene der Stadt aus. In Basel findet sich eine beeindruckende Vielfalt moderner Architektur von weltbekannten Architekten wie Herzog & de Meuron, Richard Meier und Mario Botta. Die Stadt bietet auf engem Raum eine bemerkenswerte Dichte an Bauwerken internationaler Grössen und vereint damit historische Altstadt und moderne Baukunst auf einzigartige Weise.

5.6 Regional abgestimmte Besucher*innenlenkung

Basel verzeichnet derzeit keinen Massentourismus. Das Risiko einer Überlastung durch Besucherzahlen wird aktuell als tief eingeschätzt. Ein umfassendes Besucherlenkonzept ist deshalb derzeit nicht erforderlich. Dennoch beobachtet Basel Tourismus die Situation regelmässig, insbesondere in kritischen Momenten mit hohem Besucheraufkommen, etwa während des Weihnachtsmarkts oder bei grösseren Veranstaltungen. Mobile Informationsstellen und die «Flying Concierges» unterstützen bei Bedarf die Orientierung und Information der Gäste vor Ort.

Die Besucherlenkung konzentriert sich zudem auf die Belebung auslastungsschwächerer Monate sowie auf die Förderung längerer Aufenthalte. Dafür setzt Basel Tourismus auf gezielte Produktentwicklung, Kongressakquise und Marketingmassnahmen. Ergänzend positioniert sich Basel als Ausgangspunkt für Tagesausflüge in die Region. Eine eigene Landingpage bietet Inspirationen für längere Aufenthalte und verknüpft Ausflugstipps, wo möglich, mit dem öffentlichen Verkehr.

5.7 Naturnahe Flächen und Aussenanlagen

Basel Tourismus besitzt keine eigenen Liegenschaften oder Flächen in der Destination und hat somit keine direkten Zuständigkeitsbereiche, um diese Aspekte direkt beeinflussen zu können.

5.8 Artenausbeutung und Tierschutz

Im Kanton Basel-Stadt sorgt die kantonale Tierschutzfachstelle für die Einhaltung der kantonalen und eidgenössischen Tierschutzgesetze. Sie berät Tierhalter und Institutionen und überwacht insbesondere bewilligungspflichtige Tierhaltungen.

Als urbane Destination ist Basel-Stadt nur begrenzt landwirtschaftlich geprägt. Die bestehenden Landwirtschaftsbetriebe arbeiten mehrheitlich nach anerkannten ökologischen Standards und tragen zu einer naturnahen Bewirtschaftung bei.

Touristisch relevante Einrichtungen wie der Zoo Basel und der Tierpark Lange Erlen leisten einen Beitrag zur Sensibilisierung für Tier- und Artenschutz. Der Zoo Basel engagiert sich zudem in internationalen Erhaltungs- und Zuchtprogrammen für bedrohte Tierarten.

6 Umwelt: Ressourcenmanagement (SDG 13, 6, 7, 12, 11)

6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Der Klimaschutz hat in Basel eine hohe Priorität. Der Kanton verfolgt das in der Verfassung verankerte Netto Null Ziel 2037 und hat dazu eine Klimaschutzstrategie sowie einen Aktionsplan verabschiedet. Neben der Reduktion von Emissionen werden auch Anpassungsmassnahmen an die Folgen des Klimawandels in die Stadtentwicklung integriert, etwa durch Klimaanalysen, ein Stadtklimakonzept und Massnahmen gegen Hitze und Extremwetterereignisse.

Basel Tourismus sieht sich in der Verantwortung, zur Erreichung der kantonalen Klimaziele beizutragen. Seit 2024 bilanziert Basel Tourismus die eigenen direkten Emissionen und schafft damit eine Grundlage für weitere Reduktionsmassnahmen. Zudem prüft Basel Tourismus gemeinsam mit Partnern, wie eine wissenschaftlich fundierte CO₂e Bilanz für den Tourismussektor Basel erstellt und darauf aufbauend ein gemeinsames Reduktionsziel mit der Branche entwickelt werden kann. Die Finanzierung dieses Projekts befindet sich derzeit in Klärung.

6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte

Die BaselCard fördert eine umweltschonende Mobilität, indem sie Gästen die kostenlose Nutzung des öffentlichen Verkehrs in Basel ermöglicht. Hotel- und AirBnB-Gäste können den öffentlichen Verkehr in der Stadt bereits ab der Ankunft am Bahnhof oder Flughafen kostenfrei nutzen. Dieses nachhaltige Angebot wird teilweise durch die Gasttaxe finanziert. Darüber hinaus umfasst die BaselCard vergünstigte Mietoptionen für E-Bikes zu einem Tagespreis von 20 CHF.

6.3 Umweltschonende An- und Abreise

Basel ist durch seine zentrale Lage und drei Bahnhöfe hervorragend an den öffentlichen Verkehr angebunden. Die Kommunikation von Basel Tourismus hebt regelmässig die gute Erreichbarkeit mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln wie der Bahn hervor. Eine Modalsplit-Analyse der Freizeitfahrten (Mo-Fr) durch die SBB zeigt, dass Basel einen überdurchschnittlichen Anteil von rund einem Drittel an Ankünften durch öffentlichen Verkehr hat. Zu umweltschonenden An- und Abreisen der Gäste liegen derzeit allerdings keine weiteren Daten vor.

6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort

Die BaselCard unterstützt aktiv eine umweltschonende Mobilität, indem sie Gästen die kostenlose Nutzung des öffentlichen Verkehrs in Basel ermöglicht. Bereits ab der Ankunft am Bahnhof oder Flughafen können Hotel- oder AirBnB-Gäste den öffentlichen Verkehr in der Stadt kostenfrei nutzen. Finanziert wird dieses nachhaltige Angebot zu Teilen direkt über die Gasttaxe. Zusätzlich bietet die BaselCard vergünstigte Mietoptionen für E-Bikes zu einem Tagespreis von 20 CHF, was eine nachhaltige und flexible Fortbewegung vor Ort weiter erleichtert.

6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

BT plant eine Klimabilanzierung für den Tourismus und die Betriebe in Basel, um den Klima- und Umweltschutz der Branche zu stärken. Einige Betriebe zeigen bereits eigenständiges Engagement, etwa durch Klimabilanzierungen

Die Initiative [GastroFutura](#), ein schweizweites Praxisnetzwerk, das Gastronominnen zusammenbringt, um innovative und nachhaltige Lösungen für die Branche zu entwickeln. Der Basler Hub dieser Initiative wird durch lokale Partner*innen wie den Kanton Basel-Stadt, die Christoph Merian Stiftung, Basel Tourismus und den Verein Kultur & Gastronomie Basel getragen und unterstützt.

Auch Gäste können einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Bei Buchungen und an der Tourist Information besteht die Möglichkeit, freiwillig einen Franken zu spenden. Als Mitglied von «Cause We Care» verdoppelt Basel Tourismus diese Spende. Aus dem zweckgebundenen Fonds fliessen 25 Prozent in ein Klimaschutzprojekt in Uganda, das sauberes Trinkwasser ohne Abkochen ermöglicht. 2025 wurden über diesen Mechanismus insgesamt CHF 3'248 gespendet.

Zudem hat Basel Tourismus seine Marktbearbeitungsstrategie überarbeitet. Ab 2025 konzentrieren sich die Marketingaktivitäten fast ausschliesslich auf die Schweiz und das europäische Umland. Ausnahmen bilden die USA im Zusammenhang mit Flusskreuzfahrten und der Art Basel Miami sowie Hongkong im Rahmen der Art Basel Hongkong. Dadurch werden die Reiseemissionen von Basel Tourismus reduziert und ein Beitrag zur Verringerung des touristischen Fussabdrucks geleistet.

6.6 Wasserqualität

Die Wasserqualität in Basel wird umfassend überwacht, um den Schutz der Bevölkerung und Umwelt sicherzustellen. Basierend auf den Vorgaben des Eidgenössischen Departements des Inneren (EDI) werden strenge Grenzwerte für Trinkwasser und öffentlich zugängliche Gewässer eingehalten. IWB, das regionale Wasserversorgungsunternehmen, stellt durch natürliche Aufbereitungsprozesse und regelmässige Analysen die hohe Qualität des Trinkwassers sicher. Insbesondere die über 200 öffentlichen Brunnen bieten qualitativ hochwertiges Trinkwasser und werden regelmässig gepflegt.

Zusätzlich zur Trinkwasserkontrolle überwacht Basel die Wasserqualität in den natürlichen Badestellen des Rheins sowie der Flüsse Wiese und Birs. Während der Badesaison erfolgen regelmässige mikrobiologische Tests, um die Sicherheit der Badestellen zu gewährleisten. Die Wasserqualität ist dabei häufig gut, kann jedoch in bestimmten Abschnitten, insbesondere bei der Birs, aufgrund von natürlichen Einflüssen variieren. Diese kontinuierliche Überwachung und die öffentlich zugänglichen Ergebnisse gewährleisten, dass die Bevölkerung stets über die Wasserqualität informiert ist.

6.7 Abwasser

Die Abwasserinfrastruktur in Basel ist zentral für den Schutz der Gewässer und die Erhaltung einer sauberen Umwelt. Das Tiefbauamt betreibt ein umfassendes Kanalsystem von rund 360 Kilometern Länge, welches regelmässig gewartet und überprüft wird, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen. Dieses System umfasst Kontrollschächte, Einlaufschächte, Regenentlastungsanlagen und Rückhaltebecken, die eine effiziente Abwasserableitung ermöglichen. Der Bau und die Instandhaltung werden gemäss dem eidgenössischen Gewässerschutzgesetz über Gebühren finanziert, wobei sowohl die Ableitung von Schmutz- als auch Regenwasser kostenpflichtig ist.

6.8 Licht- und Lärmverschmutzung

Die Destination verfügt über Richtlinien und Vorschriften zur Minimierung der Licht- und Lärmverhältnisse und hält die Unternehmen dazu an, diese Richtlinien und Vorschriften zu befolgen.

6.9 Energieeffizienz

Das Stromangebot in Basel stammt zu 100 % aus erneuerbaren Quellen und wird von den IWB ohne Aufpreis als Standard in der Grundversorgung angeboten, wobei ein Grossteil des Stroms in der Schweiz selbst produziert wird.

Basel Tourismus ist sich des Energieverbrauchs seiner Aktivitäten bewusst und engagiert sich, diesen durch gezielte Massnahmen und Sensibilisierung der Mitarbeitenden zu reduzieren. In den aktuellen, angemieteten Büroräumlichkeiten sind die Möglichkeiten zur Verbesserung der Energieeffizienz jedoch begrenzt. Da ein Umzug in neue Büros für das Jahr 2026 geplant ist, werden keine grösseren Investitionen mehr an diesem Standort vorgenommen.

	Einheit	2024	2025
6.10.1. Stromverbrauch	t CO2e	0.24	0.26
6.10.2. Heizenergieverbrauch	t CO2e	39.25	44.38
6.10.3. Dienstreisen pro Jahr	t CO2e	71.48	23.6
6.10.4. Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	100	100
6.10.5. CO2 Emissionen der DMO Gesamt	t CO2e	155	112
6.10.6. CO2 Emissionen der DMO pro Mitarbeitenden	Kg CO2e	3'663	2'240

6.10 Abfall

Seit 2022 wird in den Büros von Basel Tourismus Plastikabfall separat gesammelt und über das InnoRecycling-System einer umweltfreundlichen Verwertung zugeführt, um eine Verbrennung von Kunststoffen zu vermeiden und ihre Wiederverwendung zu fördern. Abfalleimer auf den einzelnen Stockwerken wurden zentralisiert. An den Schreibtischen wird nur noch Papierabfall gesammelt, was die Menge an Plastikabfallsäcken weiter minimiert. In der Cafeteria kommen reCircle-Mehrwegboxen zum Einsatz, die es Mitarbeitenden ermöglichen, Take-away-Abfall zu reduzieren. An bestimmten Verkaufsstellen in Basel erhalten sie damit sogar einen kleinen Rabatt. Basel Tourismus verfolgt das Ziel, den Papierverbrauch und das Abfallaufkommen durch gezielte Sensibilisierung der Mitarbeitenden sowie durch Prozessoptimierungen in den verschiedenen Abteilungen weiter zu reduzieren.

	Einheit	2023
6.11.1. Abfallaufkommen Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr	l	285
6.11.2. Abfallaufkommen Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	l	957
6.11.3. Abfallaufkommen Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr	l	216

6.11 Papier

Basel Tourismus verfolgt eine Strategie zur Minimierung der Überproduktion von Printmaterialien, um den Papierverbrauch zu senken. Kataloge ohne Jahresdatum bleiben im Umlauf, bis sie vollständig genutzt sind, und für jährlich neu gedruckte Materialien wie die BaselCard oder den Gastroguide wird die Auflage jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst. Die genaue Überproduktion ist schwierig zu bemessen, da zahlreiche Exemplare an Partnerbetriebe weitergegeben werden und deren Entsorgung ausserhalb des eigenen Einflussbereichs liegt.

Ab 2024 sollen alle Kataloge auf FSC Mix- oder Recyclingpapier umgestellt werden. Ziel ist eine weitere Reduktion des Papierverbrauchs. 2024 konnte die Abteilung Guided Tours die Prozesse so optimieren, dass der Papierverbrauch deutlich zurück ging.

	Einheit	2023
6.12.1. Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	12.4
6.12.2. Anteil an Recyclingpapier	%	0
6.12.3. Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	100
6.12.4. Gesamtgewicht Kataloge	kg	17'809
6.12.5. Kataloggewicht pro Gast	kg	0.022

6.12 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten

Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie hat Basel Tourismus diverse Massnahmen eingeführt, um ein umweltbewussteres Verhalten der Mitarbeitenden zu fördern und den ökologischen Fussabdruck des Unternehmens zu reduzieren. Eine nachhaltige Beschaffungsrichtlinie und die Umstellung auf Reinigungsmittel mit Umweltzeichen sind dabei zentrale Elemente.

Zur Förderung nachhaltiger Mobilität erhalten die Mitarbeitenden monatlich einen ÖV-Zuschuss für den Arbeitsweg. Für geschäftliche Termine in der Umgebung steht ein E-Bike zur Verfügung. Im Büro wurde vollständig auf Flaschenwasser verzichtet, stattdessen wird gefiltertes Leitungswasser angeboten. Als Partnerbetrieb der Organisation WfW (Wasser für Wasser) unterstützt Basel Tourismus Wasser-, Sanitär- und Hygieneprojekte in Sambia, Mosambik und der Schweiz.

7 Soziales: Kultur und Identität (SDG 11, 4, 10)

7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern

Basel-Stadt verfügt über ein umfassendes System zur Beurteilung, Sanierung und Erhaltung von Kulturgütern. Diese Bestrebungen umfassen nicht nur die Sicherung materieller Kulturgüter, sondern auch die gezielte Förderung lebendiger Traditionen, die das kulturelle Leben Basels bereichern. Die Abteilung Kultur des Kantons unterstützt diese Traditionen durch langfristige Partnerschaften und staatliche Förderung.

Ein besonders Beispiel des Basler Kulturerbes ist die Basler Fasnacht, die 2017 von der UNESCO auf die Liste des immateriellen Kulturerbes aufgenommen wurde. Damit würdigte die UNESCO die lange Geschichte, die Traditionen und die Einzigartigkeit der Fasnacht. Besonders hervorgehoben wurde die Verbindung zwischen Musik, Handwerk sowie mündlichen und schriftlichen Ausdrucksformen. Als grösster Karneval der Schweiz beginnt die Basler Fasnacht am Montag nach Aschermittwoch und dauert 72 Stunden. Rund 20'000 Menschen nehmen aktiv teil, begleitet von etwa 200'000 Besucher*innen aus dem In- und Ausland.

Die Basler Fasnacht trägt massgeblich zum sozialen Zusammenhalt bei, fördert durch Gesellschaftskritik Toleranz und trägt zur Wahrung des lokalen Dialekts bei. Mit Kostümen, Masken (Larven), Laternen und weiteren fantasievollen Accessoires werden politische und gesellschaftliche Ereignisse des vergangenen Jahres satirisch kommentiert, wobei die Baseldeutsche Mundart eine zentrale Rolle spielt. Die UNESCO-Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes verpflichten Basel zudem, auf regionaler und nationaler Ebene zur Erhaltung des Brauchtums beizutragen, entsprechende Verzeichnisse zu pflegen, das Bewusstsein für immaterielles Kulturerbe zu fördern und die internationale Zusammenarbeit zu stärken.

Basel Tourismus respektiert und fördert die Tradition der Basler Fasnacht aktiv in seinen Kommunikationskanälen. Durch transparente und offene Berichterstattung über soziale Medien, die Webseite und PR-Artikel wird die Fasnacht einem breiten Publikum bekannt gemacht und ihre kulturelle Bedeutung hervorgehoben. Darüber hinaus wird die Tradition auch in Schulungen für Hotelmitarbeitende thematisiert, um die Bedeutung dieses einzigartigen Brauchtums für die Destination zu unterstreichen und dessen Vermittlung an Gäste zu unterstützen. Ziel ist es, den Erhalt der Basler Fasnacht zu fördern und ihre Relevanz sowohl auf lokaler als auch internationaler Ebene zu stärken.

7.2 Kulturelle Artefakte

Archäologische Funde und historische Artefakte sind ein wertvolles öffentliches Kulturgut und unterliegen strengen gesetzlichen Schutzbestimmungen. Ihre Erfassung, Erforschung und der Schutz sind durch das Denkmalschutzgesetz und spezifische Verordnungen geregelt und zählen zu den staatlichen Aufgaben. Um den Schutz dieser Kulturgüter zu gewährleisten, müssen Bauprojekte in archäologisch sensiblen Zonen frühzeitig gemeldet werden. Eigenständige Grabungen oder der Besitz zufällig gefundener Objekte sind untersagt.

Ein herausragendes Beispiel für die archäologische Arbeit in der Region ist Augusta Raurica, eine der bedeutendsten römischen Fundstätten der Schweiz. Rund 60 Mitarbeitende widmen sich der Erschliessung, Restaurierung und Konservierung der Funde, die nach neuesten internationalen Standards bearbeitet werden. Laufende Ausgrabungen liefern spannende Erkenntnisse, die in zahlreichen Forschungsprojekten ausgewertet werden. Die Sammlung von Objekten und Artefakten wird fachmännisch betreut, und die Forschungsergebnisse werden regelmässig publiziert, unter anderem im eigenen Verlag von Augusta Raurica.

Darüber hinaus ist die Stätte ein Ort der Vernetzung und Zusammenarbeit mit Universitäten und anderen Institutionen, was die wissenschaftliche und kulturelle Bedeutung weiter stärkt. Augusta Raurica ist jedoch nicht nur ein Forschungsstandort, sondern auch eine wichtige Tourismusattraktion. Basel Tourismus vermarktet die Stätte gezielt und positioniert sie als kulturelles Highlight, das Besucher*innen auf eindrückliche Weise die römische Geschichte der Region näherbringt.

7.3 Geistiges Eigentum

Die Stadt Basel schützt das geistige Eigentum von Gemeinschaften und Einzelpersonen durch gesetzliche Rahmenbedingungen. Diese sollen sicherstellen, dass geistiges Eigentum respektiert und geschützt wird.

7.4 Kulturelle Identität

Basel pflegt und schützt sein reiches kulturelles Erbe, das sowohl in grossen traditionellen Anlässen als auch im Alltag der Bevölkerung verankert ist. Die Basler Fasnacht, die Herbstmesse und der «Vogel Gryff» sind bedeutende Anlässe, die von der lokalen Gemeinschaft intensiv gelebt und von nationaler sowie internationaler Bedeutung sind. Diese Traditionen fördern das Gemeinschaftsgefühl und machen Basel für viele Gäste zu einem besonderen Erlebnis. Auch alltägliche Bräuche wie die Basler Fähren oder das Rheinschwimmen tragen zur kulturellen Identität der Stadt bei und werden zunehmend auch von Besucher*innen geschätzt. Insbesondere das Rheinschwimmen hat in den letzten Jahren stark an Beliebtheit bei Gästen gewonnen. Um den sicheren Einstieg in diese Tradition zu ermöglichen, stellt Basel [Schritt-für-Schritt](#)-Anleitungen und Videomaterial zur Verfügung.

Die DMO und ihre Partner*innen legen grossen Wert darauf, das immaterielle Kulturerbe Basels authentisch und respektvoll an Gäste zu vermitteln. Auf der Website [basel.com](#) und in anderen Kommunikationsmitteln werden lokale Traditionen und kulturelle Besonderheiten vorgestellt, um ein breites Verständnis und Wertschätzung für die Basler Kultur zu fördern.

Basel positioniert sich seit jeher als Kultur- und Museumsstadt und ist weit über die Landesgrenzen hinaus für sein reiches kulturelles Erbe und seine renommierten Museen bekannt. Mit über 40 Museen verfügt Basel über eine der höchsten Museumsdichten weltweit und hat sich als kulturelles Zentrum der Schweiz etabliert. Ein entscheidender Moment in der kulturellen Geschichte Basels war das Jahr 1967, als die Stadt über den Erwerb zweier Picasso-Bilder abstimmte. Die Abstimmung wurde notwendig, weil der Basler Kunstsammler Peter G. Staechelin aufgrund des Konkurses der Fluggesellschaft Globe Air gezwungen war, Teile seiner Sammlung zu verkaufen. Ein kollektiver Kraftakt folgte: Die Bevölkerung veranstaltete «Bettlerfeste», sammelte Spenden und leistete einen beeindruckenden Beitrag, um die Bilder «Les deux frères» und «Arlequin assis» im Kunstmuseum zu halten. Letztlich stimmten 54,2 % der Bevölkerung für den Kauf, was international für Aufsehen sorgte. Picasso selbst war so bewegt, dass er Basel vier weitere Werke schenkte. Diese Ereignisse legten den Grundstein für Basels Ruf als Kunst- und Kulturmetropole und führten später zur Gründung der Art Basel, einer der weltweit renommiertesten Kunstmessen.

Auch heute ist die Museumslandschaft ein wichtiger Bestandteil des Basler Kulturlebens. Die Museumsnacht, an der 41 Museen und Kultureinrichtungen teilnehmen, zieht jedes Jahr tausende Besucher*innen an und bietet eine einzigartige Mischung aus Wissensvermittlung, Unterhaltung und kreativer Teilhabe. Die Veranstaltung, die jungen Menschen unter 26 Jahren kostenlosen Eintritt ermöglicht, macht Basels Museen einem breiten Publikum zugänglich.

Basel Tourismus spielt eine wichtige Rolle bei der Vermarktung und Positionierung von Basel und seinen kulturellen Gütern. Mit Josepha Bossard steht eine direkte Ansprechpartnerin für die Anliegen der Museen zur Verfügung, die den Austausch erleichtert und gezielte Kommunikations- sowie Marketingaktivitäten koordiniert. Am jährlichen Partnertag wird die Kultur- und Kunstszene in Fokus-Sessions thematisiert, um aktuelle Themen zu besprechen und die Zusammenarbeit zu fördern.

7.5 Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten

In Basel ist der Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten sowohl für die lokale Bevölkerung als auch für Tourist*innen sichergestellt. Dank der ausgewogenen Tourismusstruktur ohne Massenbewegungen können sowohl Einheimische als auch Gäste die Angebote der Stadt geniessen. Ein Beispiel hierfür ist das Basler Münster, bei dem Hinweisschilder während der Gottesdienste sicherstellen, dass der Raum respektvoll genutzt wird.

In der letzten Bevölkerungsbefragung des Kantons zur Lebensqualität in Basel zeigt die hohe Zufriedenheit der Bevölkerung mit ihrer Stadt. Besonders positiv bewertet wurden das Kultur- und Freizeitangebot, die kurzen Wege und die Lage im Dreiländereck.

Viele Angebote von Basel Tourismus werden ebenfalls von der lokalen Bevölkerung und von Unternehmen genutzt, darunter Stadtführungen und Hub-Angebote. Basel Tourismus möchte diese Verbindung in den kommenden Jahren weiter stärken, insbesondere durch die Entwicklung und den Ausbau von «Meet Locals»-Aktivitäten, die den Austausch zwischen Gästen und der lokalen Gemeinschaft fördern sollen. Diese Initiativen sollen nicht nur den Tourismus bereichern, sondern auch der lokalen Bevölkerung einen Mehrwert bieten.

8 Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität (SDG 3, 5, 10, 4, 16, 17)

8.1 Menschenrechte

Im Kanton Basel-Stadt wird die Einhaltung internationaler Menschenrechtsstandards durch klare Gesetze und Verhaltensrichtlinien gewährleistet. Diese Regelungen schützen vor Menschenhandel, moderner Sklaverei, Diskriminierung und Belästigung und sorgen für faire Arbeitsbedingungen in der gesamten Branche.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Bekämpfung von Menschenhandel und Arbeitsausbeutung. Seit 2017 ist dies ein priorisierter Bereich der Kriminalitätsbekämpfung. Eine eigens eingerichtete Task

Force führt regelmässig Kontrollen durch und arbeitet eng mit verschiedenen kantonalen Behörden zusammen, darunter die Kantonspolizei und das Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA). Speziell geschulte Arbeitsmarktsinspektor*innen des AWA erkennen Anzeichen moderner Sklaverei und arbeiten gemeinsam mit Strafverfolgungsbehörden an geeigneten Gegenmassnahmen.

In Basel sorgen der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes (L-GAV) und weitere arbeitsrechtliche Regelungen für faire Arbeitsbedingungen, insbesondere in der Gastronomie und Hotellerie. Der L-GAV regelt Standards zu Löhnen, Arbeitszeiten und Sozialversicherungen und verpflichtet Betriebe, Versicherungen wie Krankentaggeld- und Unfallversicherungen abzuschliessen. Ergänzend überwacht das kantonale Arbeitsinspektorat Arbeitsbedingungen und bietet Beratung zu Arbeitsschutz und Gesundheit. Mit dem seit 2022 geltenden Mindestlohn und dem neuen Gleichstellungsgesetz von 2024 fördert Basel Lohngleichheit und Diversität, was zu sozialer Gerechtigkeit und nachhaltigen Arbeitsverhältnissen beiträgt.

Risikomanagement

Das Bundesamt für Bevölkerungsschutz (BABS) setzt mit seiner neuen Strategie auf eine Multikanal-Alarmierung, darunter Sirenen, die App Alertswiss und das geplante Cell Broadcast. Alertswiss informiert gezielt Personen in betroffenen Gebieten, einschliesslich Touristen, sofern sie im Schweizer Mobilfunknetz sind. Diese Massnahmen verbessern die Krisenkommunikation und erhöhen die Sicherheit für Bevölkerung und Gäste in der Schweiz.

Basel verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das auch touristische Aktivitäten und Veranstaltungen einschliesst. Für grosse Anlässe wie die Basler Fasnacht oder internationale Sportevents werden spezifische Sicherheitskonzepte erstellt, die unter anderem das Management von Menschenmengen, zusätzliche Sicherheitskräfte und erweiterte Gesundheitskapazitäten umfassen.

Die kantonale Krisenorganisation koordiniert die Zusammenarbeit zwischen Polizei, Feuerwehr, Gesundheitsdiensten, technischen Diensten und dem Zivilschutz. Dabei steht der Schutz von Menschen, Tieren, der Umwelt und von Sachwerten im Vordergrund. Ein besonderer Fokus liegt auch auf der Erdbebensicherheit, die durch strenge Bauvorschriften gewährleistet wird und alle Gebäude betrifft, die im Tourismusbereich genutzt werden.

Die Kommunikationsabläufe zwischen Basel Tourismus und dem Kanton werden derzeit überprüft, um sie bei Bedarf zu aktualisieren und effizienter zu gestalten. Ziel ist es, eine korrekte und reibungslose Abstimmung sicherzustellen. Zudem ist für 2025 die Erstellung eines Infosheets geplant, das Mitarbeitende unterstützt, Touristen bei entsprechenden Fragen korrekte und professionelle Antworten zu geben.

8.2 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Ein bedeutender Schritt war die Einführung eines kantonalen Mindestlohns im Juli 2022. Der Mindestlohn, der aktuell bei CHF 21.45 pro Stunde liegt, wird jährlich angepasst und stellt sicher, dass Vollzeitstellen ein existenzsicherndes Einkommen bieten. Darüber hinaus umfasst er Zuschläge für Ferien und Feiertage. Die Einhaltung des Mindestlohns sowie der Arbeitsschutzbestimmungen wird durch regelmässige Kontrollen überwacht.

Die Gleichstellung und Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern sind sowohl in der Bundesverfassung als auch im lokalen Gleichstellungsgesetz verankert. Basel-Stadt hat als erster Kanton der Deutschschweiz eine rechtliche Grundlage geschaffen, die zusätzlich Massnahmen gegen Diskriminierung sowie zur Förderung der LGBTQ+-Gemeinschaft umfasst. Das neue Gleichstellungsgesetz wurde im Januar 2024 vom Grossen Rat verabschiedet.

HotellerieSuisse Basel und Region engagiert sich intensiv in der Fachkräfteförderung und Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Branche. Letizia Elia, CEO von Basel Tourismus, ist im

Vorstand von HotellerieSuisse Basel und Region vertreten und trägt zur strategischen Ausrichtung dieser Bemühungen bei. Die Initiative «**Future Hospitality**» verfolgt das Ziel, die Attraktivität der Branche durch sechs zentrale Handlungsfelder zu erhöhen: Aus- und Weiterbildung, Erschliessung neuer Zielgruppen, zeitgemässe Führungskulturen, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, innovative Vergütungssysteme und eine proaktive Anpassung an Arbeitsmarkttrends.

Ein weiteres Beispiel ist die Social-Media-Kampagne #lovetohost, die HotellerieSuisse 2024 lanciert hat. Sie hebt die Vorzüge der Branche durch kurze, kreative Videos auf Plattformen wie Instagram hervor. Themen wie Teamarbeit, Karrierechancen und Lebensqualität stehen dabei im Mittelpunkt, um die Attraktivität der Branche zu steigern und neue Fachkräfte anzusprechen.

8.3 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung

Die Akzeptanz des Tourismus in Basel wird derzeit nicht direkt erfasst, jedoch fliessen Erkenntnisse aus umfassenden kantonalen [Bevölkerungsbefragungen](#) sowie Feedbacks an der Tourist Information und im Guest Service in die Arbeit von Basel Tourismus ein. Diese Rückmeldungen zeigen bislang keine Hinweise auf Unzufriedenheit mit dem Tourismus. Besonders das Stadtzentrum wird von der Bevölkerung als attraktiver und lebenswerter Raum wahrgenommen.

Angesichts des Strukturwandels hin zu einem stärkeren Freizeittourismus plant Basel Tourismus, die Meinung der lokalen Bevölkerung künftig systematischer zu erfassen und sie stärker in die Tourismusentwicklung einzubeziehen. Als ersten Schritt werden die Ergebnisse der Tourismusakzeptanzstudie 2024 von Schweiz Tourismus und der Konferenz der regionalen Tourismusdirektorinnen und -direktoren (RDK) analysiert, um Erkenntnisse für Basel zu gewinnen. Darauf aufbauend soll die Einbindung der Bevölkerung weiter ausgebaut werden.

Basel Tourismus pflegt als Verein enge Beziehungen zur lokalen Gemeinschaft. Der jährliche Jahresbericht, der an der Generalversammlung präsentiert wird, bietet Mitgliedern – darunter Vertreter*innen der lokalen Wirtschaft, der Hotellerie sowie Privatmitglieder – eine Plattform, um ihre Ansichten zur Tourismusentwicklung einzubringen. Für Privatmitglieder organisiert der Verein jährlich drei bis vier exklusive Anlässe, die besondere Einblicke hinter die Kulissen Basler Institutionen ermöglichen. Im Jahr 2023 gehörten dazu Highlights wie eine Führung im Claraspital, die «Tour du Casino» durch die Räumlichkeiten des Grand Casino Basel sowie eine Stadionführung im St. Jakob-Park mit der FCB-Legende Karl Odermatt. Obwohl die Mitgliederbeiträge nur einen kleinen Teil des Umsatzes ausmachen, betonen sie die starke Verankerung von Basel Tourismus in der lokalen Gemeinschaft.

8.4 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

Basel Tourismus unterstützt verschiedene soziale und ökologische Projekte, die zur nachhaltigen Entwicklung der Destination beitragen. Diese Unterstützung erfolgt in erster Linie durch Marketing- und Kommunikationsmassnahmen, da Basel Tourismus einen klar definierten Leistungsauftrag des Kantons Basel-Stadt erfüllt. Die Mittel sind primär für die internationale Bekanntmachung Basels und für die Optimierung des Aufenthalts von Gästen vorgesehen. Sponsoringmöglichkeiten sind daher begrenzt. Anfragen für Veranstaltungen werden jedoch durch Einträge im Veranstaltungskalender von Basel Tourismus (Guidle) sichtbar gemacht werden.

Ein Beispiel für die Zusammenarbeit mit lokalen Initiativen ist Gastro Futura. Basel Tourismus unterstützt das Projekt durch Kommunikation und die Einbindung von Mitgliedern. Auf der eigenen Nachhaltigkeits-Landingpage werden zudem Touren und Unternehmen vorgestellt, bei denen ehrenamtliches Engagement im Vordergrund steht oder für die keine Vermittlungsgebühren erhoben werden.

Ein weiteres Engagement zeigt sich in der Partnerschaft mit Wasser für Wasser (WfW). Basel Tourismus setzt sich hier für den nachhaltigen Umgang mit Wasser im eigenen Büro ein und unterstützt mit einer jährlichen Mitgliedschaft Wasserschutzprojekte in der Schweiz sowie in Sambia

und Mosambik. Zudem können Gäste bei Buchungen freiwillige Beiträge zum Klimaschutz leisten, die durch BT verdoppelt werden. Ein Teil der Mittel fliesst in ein Projekt in Uganda, das Zugang zu sauberem Trinkwasser ermöglicht und CO₂-intensive Wasseraufbereitung vermeidet.

Ein wichtiger Bestandteil des freiwilligen Engagements im Tourismus ist das Projekt «Flying Concierges». Seit 2015 sind rund 30 freiwillige Basler*innen als Flying Concierges im Einsatz, um Besucherinnen der Stadt während grosser Veranstaltungen und an frequentierten Orten wie dem Bahnhof oder der Messe zu unterstützen. Die Flying Concierges bieten Auskünfte zu Wegen, Verkehrsmitteln und Sehenswürdigkeiten und teilen persönliche Empfehlungen für Restaurants und kulturelle Highlights. Mit einer mobilen Tourist Information, einem Cargo-Bike, ausgestattet mit Broschüren und einem Stadtplan, stehen die Freiwilligen den Gästen flexibel und kompetent zur Seite und tragen so zu einer positiven Gästelerfahrung in Basel bei.

8.5 Arbeitsbedingungen in der DMO

Im Rahmen einer modernen Personalpolitik wird die Vereinbarkeit von Beruf und Familie aktiv gefördert. Mitarbeitende haben Anspruch auf bis zu ein Jahr Elternzeit, und alle Stellen werden mit Teilzeitoptionen (80–100 %) ausgeschrieben. Flexible Jahresarbeitszeiten und die Möglichkeit, bis zu 40 % der Arbeit im Homeoffice zu erledigen, bieten zusätzliche Flexibilität, sofern dies mit dem jeweiligen Arbeitsbereich vereinbar ist. Ergänzend dazu haben Mitarbeitende die Option, jährlich bis zu zwei Wochen aus dem Ausland zu arbeiten (Workation) und bis zu drei zusätzlichen Ferienwochen zu erwerben.

Basel Tourismus fördert aktiv die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden. Neben einer fixen Lehrstelle und Praktikumsplätzen, die aktiv im Team mitarbeiten und mit einer Übernahmemöglichkeit nach Praktikumsende geprüft werden, unterstützt BT auch externe Weiterbildungen. Weiterbildungswünsche können direkt mit den Vorgesetzten besprochen werden. Ergänzend finden interne Workshops statt, wie zum Beispiel 2024 zu den Themen Führungskompetenz und Präsentationstechniken, um gezielt Kompetenzen zu stärken.

Im Jahr 2024 wurden die Massnahmen zu Arbeitsbedingungen und Inklusion in der [Richtlinie zur Diversität, Gleichstellung und Inklusion](#) bei Basel Tourismus zusammengefasst und veröffentlicht. Die Richtlinie definiert klare Ziele und konkrete Massnahmen, die darauf abzielen, eine inklusive und gerechte Arbeitsumgebung zu schaffen und weiterzuentwickeln.

Im Jahr 2023 beschäftigte Basel Tourismus rund 90 Guides, die insgesamt 10'535 Stunden gearbeitet haben. Diese Guides erhalten regelmässig Weiterbildungsangebote und sind auch zum jährlichen Weihnachtsessen eingeladen.

8.6 Toleranz und Inklusion

Basel engagiert sich auf kantonaler Ebene aktiv für Chancengleichheit und Inklusion. Als weltoffene und vielfältige Stadt hat Basel-Stadt 2024 einen wichtigen Schritt unternommen und als erster Deutschschweizer Kanton die Gleichstellung von lesbischen, schwulen, bisexuellen, trans, nicht-binären und intergeschlechtlichen Personen gesetzlich verankert. Zusätzlich verpflichtet das Behindertenrechtsgesetz (§4a NöRG) zur barrierefreien Zugänglichkeit von öffentlichen Räumen und Veranstaltungen. Im Zuge dessen wurden auch die Tramstationen barrierefrei gestaltet. Bei der Umsetzung gilt das Prinzip der Verhältnismässigkeit, wodurch Aspekte wie wirtschaftliche Gründe, Denkmalschutz oder Naturschutz in die Abwägung mit den Gleichstellungsinteressen einbezogen werden. Basel-Stadt unterstützt Chancengleichheit zudem durch eine spezialisierte Abteilung für Diversität und Integration sowie eine umfassende Integrationsstrategie.

Basel Tourismus verpflichtet sich, gemeinsam mit den Partnerbetrieben Chancengleichheit in Bildung, Ausbildung und Beschäftigung zu fördern. Ein umfassender DEI-Leitfaden mit klaren Richtlinien und Massnahmen wurde entwickelt, um Chancengleichheit sowohl innerhalb der

Organisation als auch in der gesamten Destination zu gewährleisten. Dazu gehört die Schaffung eines inklusiven Arbeitsplatzes, die gleichberechtigte Teilhabe aller Geschlechter in allen Unternehmensbereichen sowie die Verwendung gendergerechter Sprache in der internen und externen Kommunikation. Eine geschulte Vertrauensperson steht den Mitarbeitenden bei Fragen zu Mobbing, Diskriminierung und sexueller Belästigung zur Seite, und Vorgesetzte sind verpflichtet, auf entsprechende Meldungen einzugehen. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern wurde zudem ein [DEI-Leitfaden](#) für die Partnerbetriebe entwickelt, der auf der Webseite zugänglich ist.

Durch eine Schnittstelle mit Pro Infirmis und das Programm OK:GO stellt die Webseite [basel.com](#) detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit von Gebäuden und Veranstaltungsorten bereit, sofern diese an den Programmen teilnehmen. Eine zusätzliche Landingpage informiert Besucher zum Thema Barrierefreiheit in Basel und ist auch in einfacher Sprache verfügbar.

Zusätzlich ist Basel Tourismus aktiv im Innotour-Projekt «Accessible Switzerland Tour» von Claire & George (2023–2026), das barrierefreie Reise- und Ferienangebote in der Schweiz entwickelt und zentral zugänglich macht. Im Rahmen der Nationalen Aktionstage für Behindertenrechte 2024 organisiert Basel Tourismus gemeinsam mit dem Bürgerspital Basel und Claire & George eine barrierefreie Stadttour in Basel, die kontinuierlich verbessert wird.

8.7 Schulung zur Nachhaltigkeit

Im Jahr 2025 wurden den Mitarbeitenden von Basel Tourismus vier interne Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit angeboten. Eine davon widmete sich der Sensibilisierung im Bereich Diversität, Gleichstellung und Inklusion (DEI): In Zusammenarbeit mit dem Blind Jogging Verein Basel erkundeten die Mitarbeitenden die Stadt interaktiv aus der Perspektive einer blinden Person und erhielten so einen unmittelbaren Einblick in die Herausforderungen barrierefreier Stadterlebnisse. Die weiteren Schulungen behandelten die GSTC-Kriterien im Allgemeinen, Klimaschutz und Netto-Null im Tourismus sowie die nachhaltige Gestaltung von Veranstaltungen.

Ergänzend wurde den Mitarbeitenden sowie den Guides im Rahmen der Weiterbildung ein Nachhaltigkeits-Stadtrundgang angeboten. Dieses Format vermittelt vertieftes Wissen zu nachhaltiger Entwicklung in Basel und befähigt die Guides, entsprechende Inhalte künftig auch in reguläre Führungen einfließen zu lassen.