

Basel+

Culture Unlimited.

JAHRESBERICHT 2017

BASEL TOURISMUS.

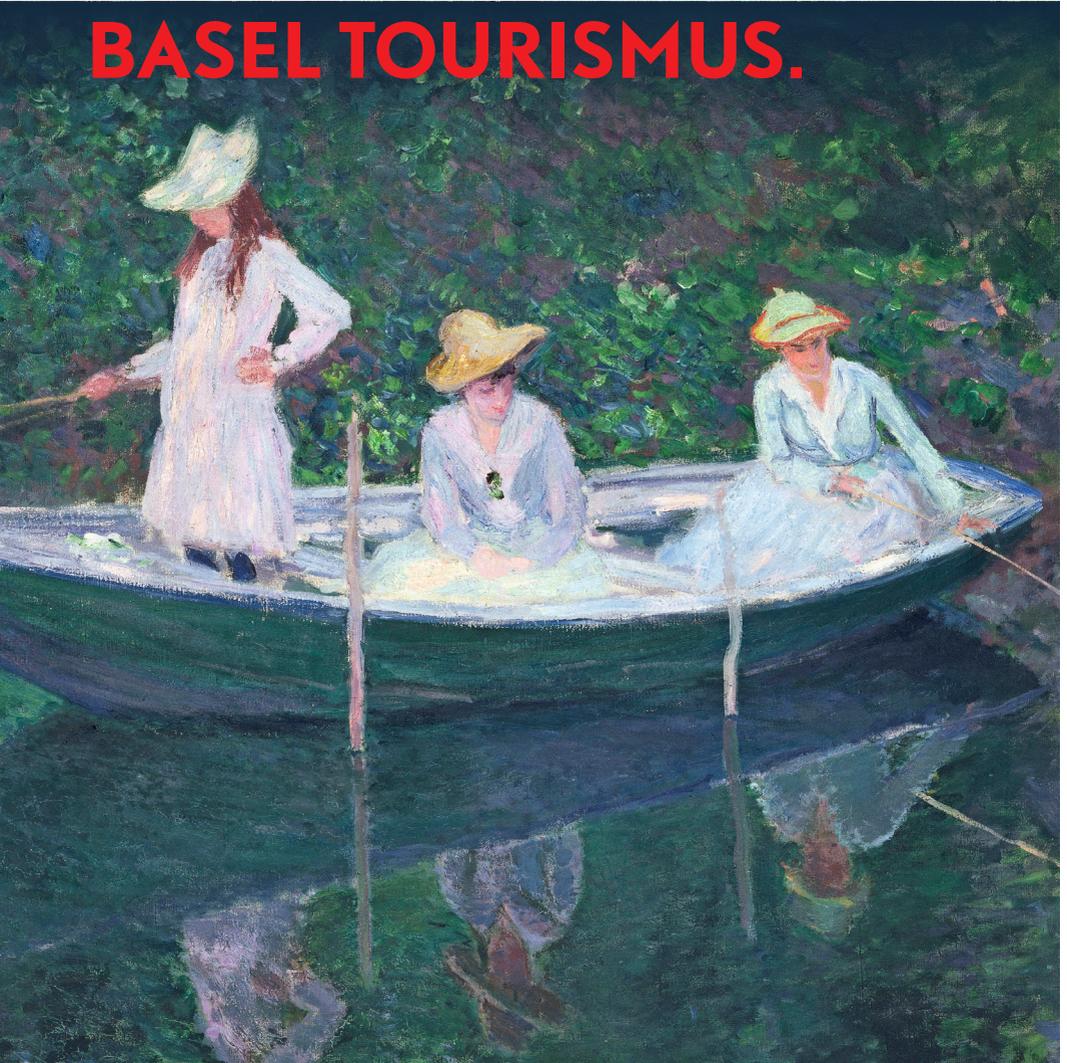




Foto: Stephan Schacher

INHALTSVERZEICHNIS.

4	Editorial
6	Die Kennzahlen
8	Marketing & Sales
10	Incoming & Convention Bureau
12	Tourist Information & Guided Tours
14	Finanzen, HR & Mitgliederwesen
16	Die Bilanz per 31.12.2017
17	Die Erfolgsrechnung 2017
18	Der Anhang zur Jahresrechnung 2017
19	Der Revisorenbericht
20	Der Leistungsauftrag
21	Der Vorstand
22	Die Tourismuskommission & die Ehrenpinträger
23	Das Organigramm
24	Das Team
26	Flying Concierges
28	Die Statistik 2017

EDITORIAL.



Dr. Carlo Conti

Im Herbst 2017 hat der Grosse Rat über zwei wegweisende Vorlagen befunden: Einerseits ermöglicht die ohne Gegenstimmen angenommene Leistungsvereinbarung 2018 – 2021 über CHF 1.9 Mio. pro Jahr, dass wir Basel auch in Zukunft als touristische Destination positionieren und gleichzeitig unsere Gäste vor Ort bestmöglich betreuen können. Andererseits hat das Parlament mit der deutlichen Annahme des totalrevidierten Gasttaxengesetzes ein klares Zeichen für den hiesigen Tourismus gesetzt: seit Januar 2018 entrichten alle übernachtenden Besucherinnen und Besucher eine Gasttaxe, egal ob sie nun im Hotel, in der Jugendherberge, in einem B&B oder bei einem Airbnb-Anbieter übernachten. Im Gegenzug erhalten sie dafür attraktive Leistungen in Form der Gästekarte «BaselCard», die ihnen beim Check-in überreicht wird.

Bei der Ausarbeitung der Leistungen der BaselCard und den entsprechenden Vertragsverhandlungen waren rund 50 Vertreterinnen und Vertreter aus Kultur und Verwaltung involviert. Das Resultat ist eine Gästekarte, die alles aus einer Hand bietet: TNW-Ticket, WiFi-Zugangscodes und 50% Rabatt auf zahlreiche Kultur- und Freizeitangebote wie z.B. den Museumseintritt.

Zu den weiteren Highlights des vergangenen Geschäftsjahres zählte die Neueröffnung der Tourist Informationsstellen im Stadtcasino am Barfüsserplatz sowie am Bahnhof SBB. Seit dem Umbau kommen die beiden Standorte deutlich geräumiger daher und bieten den Gästen durch digitale Screens die Möglichkeit, sich interaktiv über die Stadt zu informieren. Darüber hinaus wurde im vergangenen Jahr das Gäste-WiFi lanciert, welches übernachtenden Besucherinnen und Besuchern seither das kostenlose Surfen in unmittelbarer Nähe zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten und Plätzen der Stadt ermöglicht.

Die Anzahl Übernachtungen stieg gegenüber dem Vorjahr um 110 370 oder 9.1% an. Mit dieser Steigerung liegt Basel klar vor den übrigen Schweizer Städten und setzt mit insgesamt 1 328 047 Logiernächten eine neue Bestmarke. Besonders erfreulich an diesem guten Ergebnis ist, dass Basel bei den Freizeitgästen an Attraktivität gewonnen hat. Die durchschnittliche Zimmerauslastung stieg im Berichtsjahr an den Wochenenden überproportional um 2.2 Prozentpunkte an.

Das ausserordentlich starke Wachstum hatte verschiedene Gründe. So profitierten die Beherbergungsbetriebe beispielsweise von der Sonderausstellung «Monet», die die Fondation Beyeler dem Künstler anlässlich ihres 20-jährigen Bestehens widmete oder von der Chagall-Ausstellung im Kunstmuseum Basel. Aber auch einige grosse Kongresse wie das ITI World Symposium mit rund 4500 Teilnehmenden oder die neuen Hotels ibis Styles und Motel One halfen mit, diese neue Übernachtungs-Bestmarke setzen zu können.

Für dieses Jahr bleiben wir optimistisch und gehen von einer erneuten Zunahme der Übernachtungen aus. Gleichzeitig bleibt die traditionelle Hotellerie gefordert, denn die geplanten Hotelprojekte verschärfen den Wettbewerbsdruck. So widmen wir uns den Heutausforderungen der Branche weiterhin voller Tatendrang und Energie und bedanken uns an dieser Stelle für Ihr Engagement. Nur dank Ihrer Unterstützung ist es uns möglich, die Tourismusdestination Basel stetig weiterzuentwickeln und weltweit zu positionieren.



Daniel Egloff

Dr. Carlo Conti
Präsident

Daniel Egloff
Direktor

**MEHR ZU UNSEREN
AKTIVITÄTEN UNTER
BASEL.COM/
JAHRESBERICHT**

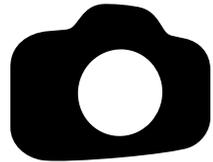
DIE KENNZAHLEN.



1328047

+9.1%

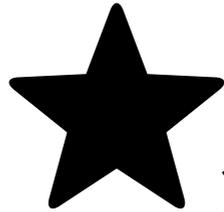
LOGIERNÄCHTE
IN BASEL



221

-12.3%

BETREUTE
JOURNALISTEN



364

+13%

ABGEWICKELTE
VERANSTALTUNGEN



14395

-5.5%

FLYING CONCIERGES
AUSKÜNFTE



168326

+6.9%

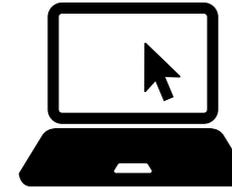
FACEBOOK
FOLLOWER



158995

+5.6%

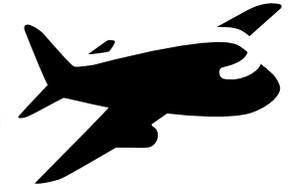
BESUCHER
TOURIST INFORMATION



1833790

+15.3%

SITZUNGEN AUF
BASEL.COM



709

+0.6%

VERKAUFSGESPRÄCHE
MIT REISEVERANSTALTERN



4380

+5.4%

ÖFFENTLICHE
STADTRUNDGÄNGE



15

+114.3%

KONGRESS-
ZUSCHLÄGE

MARKETING & SALES.



Marketing & Sales

	2014	2015	2016	2017
Anzahl betreute Studienreisen	33	47	38	41
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	589	692	705	709
Anzahl betreute Journalisten	286	311	252	221
Sitzungen Webseite	1 566 218	1 407 665	1 589 765	1 833 790
Newsletter-Abonnenten	32 829	31 166	28 918	31 309
Facebook-Follower	56 552	56 575	157 457	168 326

Basler Weihnachtsmarkt

Ein ähnlicher Coup wie das Pokémon-Video, welches im Jahr zuvor von über 100 Millionen Menschen gesehen wurde, war im Berichtsjahr nicht zu verzeichnen, wengleich der Clip auch 2017 noch nachwirkte und mit mehreren Preisen, darunter dem renommierten «Best of Swiss Web Award», ausgezeichnet wurde. So lag der Schwerpunkt im Online-Bereich auf der stetigen Optimierung der 2016 neu lancierten Webseite. Nebst der Navigation konnte auch die Ladezeit verbessert werden, was unter anderem dazu beigetragen hat, dass die Besuche der Seite stark zugenommen haben. Auch die Social Media-Kanäle wurden erfolgreich bewirtschaftet und mit Pinterest um eine weitere Plattform ergänzt. Dass die über hunderttausend durch die Pokémon-Kampagne neu gewonnenen Facebook-Follower nicht nur gehalten, sondern noch einmal gesteigert werden konnten, ist dem intensiven Beispiel des wichtigsten sozialen Mediums durch gehaltvolle Beiträge zu verdanken, wobei vor allem die erstmals eingesetzten Facebook Live Videos sehr viel Aufmerksamkeit und eine grosse Reichweite erzielten.

#LOVEBASEL

«Beiträge in den Sozialen Medien gewinnen im Vergleich zur klassischen Kommunikation immer mehr an Bedeutung. Dieses Potenzial gilt es für die Destinationswerbung zu nutzen.»

Christoph Bosshardt, Leiter Marketing & Sales

Im Bereich Sales stand mit dem alle zwei Jahre stattfindenden «Switzerland Travel Mart» in Davos ein absoluter Höhepunkt auf dem Programm. Basel Tourismus wurde an diesem wichtigsten Anlass für den Schweizer Incoming Tourismus von sechs lokalen Partnern begleitet, was einen neuen Rekord bedeutete und dazu führte, dass die Basler Delegation mit rund 350 der 500 teilnehmenden internationalen Reiseveranstalter Gespräche führen und die Destination Basel bewerben konnte. Besonders erfreulich war, dass die wichtige nordamerikanische Delegation mit rund 50 Teilnehmenden für eine Pre Convention Tour in Basel gewonnen und vor Ort mit den Vorzügen der Stadt bekannt gemacht werden konnte. Weitere Verkaufsaktivitäten wurden in 14 Zielmärkten durchgeführt. Neu wird Basel seit 2017 in Indien von einem Sales-Repräsentanten vertreten und auch für China und Japan konnten im Hinblick auf das Jahr 2018 bereits Verträge mit qualifizierten Repräsentanten abgeschlossen werden.

INCOMING & CONVENTION BUREAU.

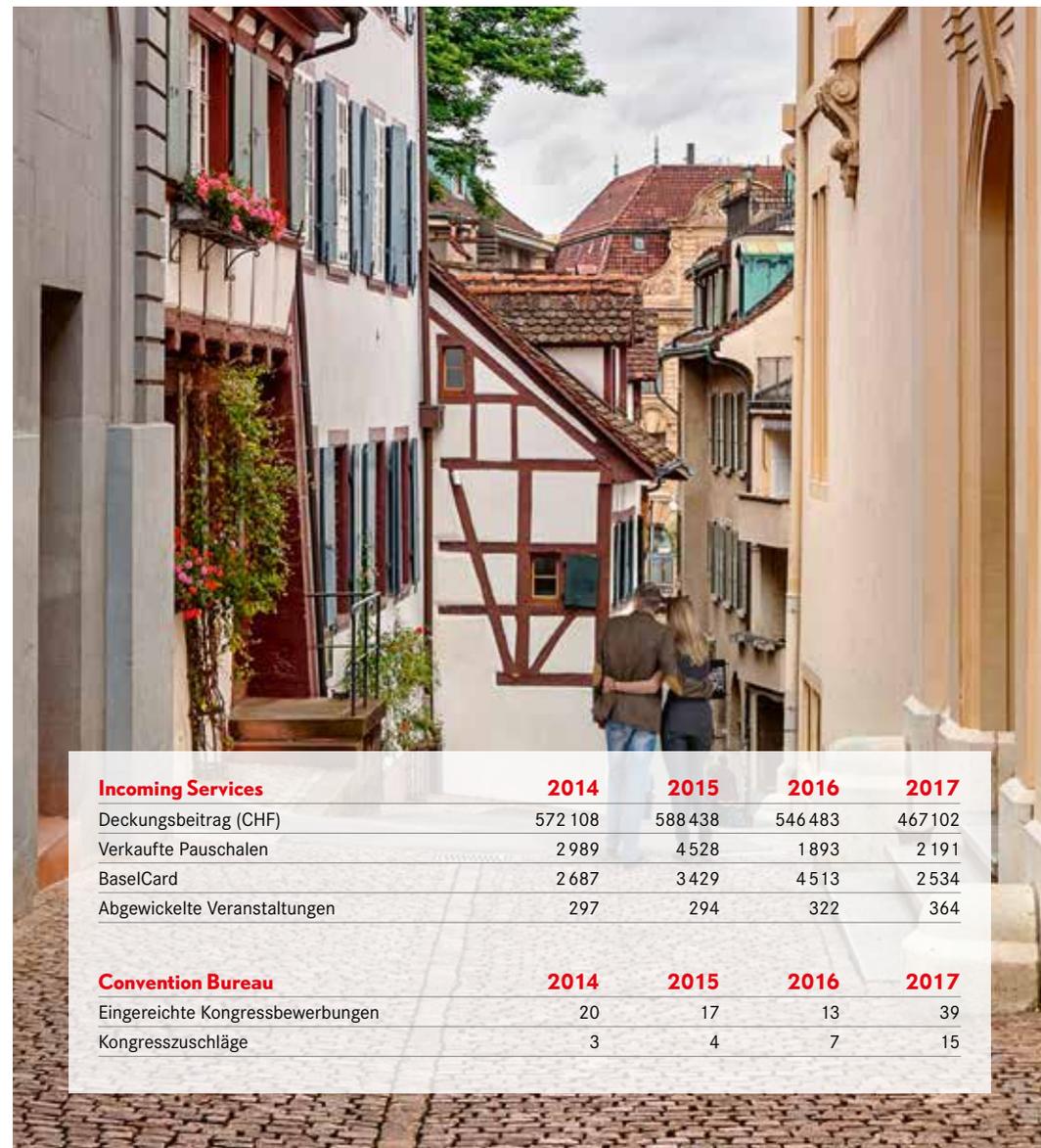
Die erfolgreichen Vorbereitungsarbeiten für die Lancierung der «BaselCard», die alle übernachtenden Gäste seit Januar 2018 beim Check-in erhalten, stellen mit Sicherheit einen Höhepunkt des Berichtsjahrs dar. Aber auch die intensivierte Akquisitionstätigkeit im Veranstaltungsbereich und die daraus resultierende Erhöhung der Zuschläge für Leuchtturmveranstaltungen wie den EACS-Kongress (European AIDS Clinical Society) mit ca. 3400 Delegierten im Jahr 2019 zählt zu den Highlights. Die Unterstützung des Standortmarketing Basel-Stadt im Rahmen der Bewerbungen für internationale Sportevents verhalf darüber hinaus zu bedeutenden Veranstaltungszuschlägen. So konnten etwa die Badminton Weltmeisterschaft 2019 für Basel gewonnen werden. Dass die Dienstleistungen von Basel Tourismus bei den Konferenz- und Kongressveranstaltungen viel Anklang finden und erfolgreich verkauft werden können, zeigen beispielsweise der GA-Kongress (Society for Medicinal Plant and Natural Product Research), für welchen die Abteilung Incoming Services beinahe die gesamte Abwicklung übernommen hat oder der WCS-Kongress (World Congress of Surgery), für den rund 30 Hostessen und Hosts von Basel Tourismus im Einsatz gestanden sind.

POSITIVER NEBENEFFEKT.

«Die intensiven Verhandlungen mit den zahlreichen BaselCard-Partnerinnen und Partnern aus Kultur und Verwaltung gaben Einblick in die unterschiedlichen Interessen, Bedürfnisse und Sorgen und förderten das gegenseitige Verständnis.»

Philipp Schmid, Leiter Incoming & Convention Bureau

Die Verkaufszahlen der Pauschalangebote konnten sich erholen. Das liegt einerseits an Events wie der Jubiläumsausstellung «Monet» in der Fondation Beyeler oder den Swiss Indoors Basel mit der Teilnahme von Roger Federer, andererseits aber auch an tiefer einkalkulierten Margen bei den Pauschalangeboten. Dies steigerte die Verkäufe, verringerte aber gleichzeitig auch den Deckungsbeitrag. Ebenfalls wirkte sich die Leistungsanpassung der BaselCard wie erwartet negativ auf die entsprechenden Verkaufszahlen und den Deckungsbeitrag aus. Dieser Ertrag wird auch in Zukunft fehlen, da die BaselCard seit 2018 kostenlos an alle übernachtenden Besucherinnen und Besucher abgegeben wird.



Incoming Services	2014	2015	2016	2017
Deckungsbeitrag (CHF)	572 108	588 438	546 483	467 102
Verkaufte Pauschalen	2 989	4 528	1 893	2 191
BaselCard	2 687	3 429	4 513	2 534
Abgewickelte Veranstaltungen	297	294	322	364

Convention Bureau	2014	2015	2016	2017
Eingereichte Kongressbewerbungen	20	17	13	39
Kongresszuschläge	3	4	7	15

TOURIST INFORMATION & GUIDED TOURS.



Führung im Rathaus

Tourist Information	2014	2015	2016	2017
Besucher beider Standorte total	163 401	145 553	150 589	158 995
Beantwortete Anrufe und E-Mails	39 067	34 515	30 623	28 169
Umsatz Warenhandel/Dienstleistungen (CHF)	1 301 776	1 265 737	1 300 026	1 187 258

Guided Tours	2014	2015	2016	2017
Gruppenführungen	3 502	3 248	3 907	3 491
Teilnehmende an öffentlichen Stadtrundgängen	3 838	3 044	4 154	4 380
Teilnehmende an szenischen Rundgängen	1 121	666	904	1 149

Im Frühjahr 2017 wurden die Tourist Informationsstellen im Stadtcasino am Barfusserplatz sowie im Bahnhof SBB nach intensiven Neu- und Umbauarbeiten in Betrieb genommen. Beide Standorte präsentieren sich nun einheitlich und in einem modernen Erscheinungsbild. Auch die Lage der Tourist Information am Bahnhof SBB wurde durch den Umzug vom West- in den Ostflügel – zwischen Apotheke und Gesundheitszentrum – deutlich attraktiver. Die Mischung aus individueller Gästebetreuung durch die Mitarbeitenden und klassischen sowie digitalen Informationsmitteln, welche in Selbstbedienung erhältlich sind, wird intensiv von den Besucherinnen und Besuchern genutzt. So wurden im Bahnhof SBB rund 13 000 Gäste mehr verzeichnet als 2016, eine Zunahme von 17%. Besonders erfreulich ist, dass Basel im Qualitäts-Vergleich mit anderen Schweizer Tourist Informationsstellen den 1. Platz belegen konnte. Beim national angelegten Projekt «Tourist Office 3.0» zeigte sich zudem, dass Basel in puncto zukunftsorientiertem und gastfreundlichem Empfang landesweit zu den «Best Practice»-Destinationen zählt.

GLÜCKLICHE GÄSTE SIND DIE BESTE WERBUNG.

«Die vielen positiven Feedbacks und Kundenbewertungen bestätigen uns täglich darin, Basler Gastfreundschaft auf Top-Niveau zu leben und unsere Dienstleistungsqualität permanent zu steigern.»

Frédéric Pothier, Leiter Tourist Information & Guided Tours

Im Bereich Guided Tours wurden im Vergleich zum Vorjahr 416 Gruppenführungen (-11%) weniger verbucht. Zurückzuführen ist dies auf den Pensionärs-Anlass der Hoffmann-La Roche AG, welcher alleine im Jahr 2016 ein Volumen von 120 Gruppenführungen generierte sowie weniger Aufträge durch Kreuzfahrtveranstalter und einen Rückgang interner Aufträge durch die PR-Abteilung. Bei den öffentlichen Führungen wurde hingegen ein Zuwachs von 9% verzeichnet. Dabei wurden 55% aller verkauften Tickets online erworben – eine Steigerung von 20% gegenüber dem Vorjahr und ein gutes Argument dafür, künftig noch intensiver auf die digitale Vermarktung des Stadtführungsangebots zu setzen. Die Produktentwicklung stand ganz im Zeichen der Architekturstadt Basel. So konnte im Sommer 2017 ein neues Highlight in Zusammenhang mit dem Novartis Campus lanciert werden. Der Fokus dieser Führung liegt auf den Bauten von internationalen Pritzker-Preisträgern. In Zusammenarbeit mit der Christoph Merian Stiftung entstand zudem ein neuer Architekturrundgang auf dem Dreispitz-Areal, eines der derzeit spannendsten Gebiete im Basler Städtbau.

FINANZEN, HR & MITGLIEDERWESEN.

Die mit dem Logiernächtezuwachs einhergehenden höheren Gasttaxenerträge verhalfen dem Verein im Berichtsjahr 2017 dazu, wichtige Investitionen zu tätigen. So beispielsweise die Anschaffung eines neuen Betriebssystems für die Gästekarte «BaselCard», die seit Januar 2018 an jeden übernachtenden Gast abgegeben wird. Auch in den Umbau der Tourist Informationsstellen am Barfüsserplatz und am Bahnhof SBB sowie in ein neues Kassensystem wurde investiert. Allesamt Ausgaben, die dazu beitragen, den heutigen Ansprüchen der Gäste und Partner von Basel Tourismus gerecht zu werden.

INVESTITIONEN IN DIE ZUKUNFT.

«Investitionen, die auf die Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet sind, gewährleisten Wettbewerbsfähigkeit und schaffen sowohl für den Gast wie auch für die Tourismusdestination einen nachhaltigen Mehrwert.»

Andrea Studer, Leiterin Finanzen, HR & Mitgliederwesen (bis Februar 2018)

Für zusätzliche Einnahmen wird künftig auch die vom Grossen Rat verabschiedete Gasttaxenerhöhung von CHF 3.50 auf CHF 4 pro Logiernacht sorgen. Diese Mehreinnahmen ermöglichen die Finanzierung der Leistungen der BaselCard und fördern damit das Bestreben von Basel Tourismus, die Besucherinnen und Besucher der Stadt optimal zu informieren und zu inspirieren.

Die Mitgliederreise 2017 ging nach Hamburg, der vielseitigen Metropole im Norden Deutschlands. Ein Highlight der Reise war der Besuch der Staatsoper, wo «La Traviata» für Begeisterung sorgte. Sehr gespannt waren auch alle auf die Elbphilharmonie: Das neue Wahrzeichen Hamburgs stammt von den Basler Architekten Herzog & de Meuron und ist ein Gesamtkunstwerk aus atemberaubender Architektur, exzellenter Musik und einzigartiger Lage. Neben der Besichtigung vor Ort liess sich der Bau auf der Hafenumrundfahrt bestaunen. Ein weiterer Höhepunkt im Bereich Mitgliederwesen war die Generalversammlung in der UBS Kundenhalle mit rund 300 Gästen und einem spannenden Vortrag von Museumsdirektor Dr. Josef Helfenstein zu seinen Plänen mit dem Kunstmuseum Basel.



Mitgliederwesen	2014	2015	2016	2017
Mitgliederbeiträge (CHF)	392 362	389 661	389 876	381 439
Mitgliederbestand am 31.12.	1 646	1 587	1 575	1 504
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	106	107	112	114
Anzahl Bed & Breakfast-Mitglieder per 31.12.	52	47	50	43
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	157	163	174	170
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	1 023	963	944	888

DIE BILANZ PER 31.12.2017.

	31.12.2017	31.12.2016
	in CHF	in CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	898 963	842 471
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	388 893	596 931
./.. Delkredere	-25 000	-25 000
Übrige kurzfristige Forderungen	30 341	9 317
Vorräte	87 319	152 710
Aktive Rechnungsabgrenzung	621 651	1 080 481
Umlaufvermögen	2 002 167	2 656 910
Maschinen / Apparate	1	1
Mobilien	1	1
Umzug	1	1
EDV-Anlagen	1	1
Sachanlagen	4	4
IRS / Internet	1	1
Immaterielle Werte	1	1
Anlagevermögen	5	5
Total Aktiven	2 002 172	2 656 915
PASSIVEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	399 664	827 540
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	126 962	109 792
Passive Rechnungsabgrenzung	506 441	399 943
Rückstellungen kurzfristig	-	33 000
Kurzfristiges Fremdkapital	1 033 067	1 370 275
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	77 891	69 414
Rückstellungen langfristig	300 000	300 000
Langfristiges Fremdkapital	377 891	369 414
Fremdkapital	1 410 958	1 739 689
EIGENKAPITAL		
Fonds für Projekte und Marketing	419 500	497 500
Fonds für bauliche Massnahmen	-	250 000
Fondskapital	419 500	747 500
Vereinskapital	159 434	159 434
Freies Kapital	12 280	10 292
Vereinskapital	171 714	169 726
Eigenkapital	591 214	917 226
Total Passiven	2 002 172	2 656 915

DIE ERFOLGSRECHNUNG 2017.

	2017	2016
	in CHF	in CHF
Führungen und Ausflüge	1 171 041	1 285 543
Incoming Services	971 384	1 022 516
Hotelreservierungen	310 815	375 276
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	1 187 258	1 300 026
Marketing / PR	829 592	1 046 345
Übriger Ertrag	88 707	23 390
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	4 558 797	5 053 096
Subventionen	1 900 000	1 900 000
Gasttaxen	3 069 693	2 953 482
Mitgliederbeiträge	381 440	389 876
Ertrag aus Beiträgen	5 351 133	5 243 358
Betrieblicher Ertrag	9 909 930	10 296 454
Führungen und Ausflüge	-151 311	-183 826
Incoming Services	-715 929	-733 849
Hotelreservierungen	-97 767	-115 124
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	-967 704	-1 089 628
BaselCard	-80 810	-
Marketing / PR	-2 429 374	-2 662 961
Übriger Aufwand	-61 200	-840
Material- und Dienstleistungsaufwand	-4 504 095	-4 786 228
Personalaufwand	-4 554 442	-4 708 604
Mietaufwand	-390 435	-374 911
Büro- und Verwaltungsaufwand	-377 928	-366 861
Aufwand Verein	-104 504	-109 454
Abschreibungen	-326 764	-73 905
Betriebsaufwand	-5 754 073	-5 633 735
Finanzaufwand	-3 953	-6 192
Finanzertrag	6 179	4 997
Finanzergebnis	2 226	-1 195
Betriebsergebnis	-346 012	-124 704
Betriebsfremder Ertrag	20 000	30 165
Jahresergebnis	-326 012	-94 539
Äufnung Fondskapital	-127 000	-165 000
Verwendung Fondskapital	455 000	265 000
Äufnung Freies Kapital	-1 988	-5 461
Saldo Gewinnvortrag nach Verwendung	0	0

DER ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG 2017.

1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungsgrundsätze

Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Forderungen aus Leistungen

Die Forderungen aus Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Auf diese Werte werden individuelle Einzelwertberichtigungen vorgenommen, wobei der Restbestand pauschal zu 5 % wertberichtigt wird.

Vorräte

Vorräte werden mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräusserungswert bewertet. Die Anschaffungskosten werden nach der Methode des gewichteten Durchschnitts ermittelt. Der Nettoveräusserungswert entspricht dem geschätzten Veräusserungserlös abzüglich der geschätzten Kosten für den Verkauf anfallenden Kosten. Es werden Wertberichtigungen für unverkäufliche Vorräte und Vorräte mit geringer Umschlagshäufigkeit vorgenommen. Zusätzlich wird pauschal eine Wertberichtigung von 30 % vorgenommen.

Umsatzerfassung

Der Umsatz beinhaltet sämtliche Erlöse aus den unterschiedlichen Tätigkeiten. Der Umsatz wird aufgrund der am Bilanzstichtag für den Kunden erbrachten Leistung ermittelt. Dieser wird erfasst, wenn die Höhe der Erlöse verlässlich bestimmt werden kann und wenn es hinreichend wahrscheinlich ist, dass dem Verein Basel Tourismus wirtschaftlicher Nutzen zufließen wird.

Anlagevermögen und Leasing

Die Sachanlagen werden zu ihrem pro memoria Wert bilanziert.

2. Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zur Jahresrechnung

Basel Tourismus ist ein Verein im Sinne von Art. 60 ff. ZGB mit Sitz in Basel. Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

Leasingverbindlichkeiten (sofern nicht innerhalb von 12 Monaten nach Stichtag kündbar/ausgelaufen)

in CHF	2017	2016
Triumph-Adler AG Druckerleasing	24 080	44 720
Restlaufzeit 1 Jahr		

Gesamtbetrag der aufgelösten Wiederbeschaffungsreserven und weitere wesentliche Auflösung stiller Reserven

Im Berichtsjahr wurden stille Reserven über CHF 17 164 bei den Warenvorräten aufgelöst.

Erweiterter Anhang / Geldflussrechnung / Lagebericht

Basel Tourismus ist aufgrund der gesetzlichen Grössenkriterien nicht verpflichtet, einen erweiterten Anhang, eine Geldflussrechnung und einen Lagebericht zu erstellen.

DER REVISORENBERICHT.

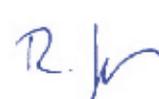
Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Verein vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Rodolfo Gerber



Jérémie Valot

Revisionsexperte
Leitender Revisor

Revisionsexperte

Basel, 9. April 2018

LEISTUNGSaufTRAG BASEL TOURISMUS.

Basel Tourismus bezweckt in enger Zusammenarbeit mit den Behörden, den touristischen Partnern und weiteren interessierten Kreisen die Förderung des Tourismus für die Stadt Basel und ihre Umgebung.

Der Verein Basel Tourismus nimmt folgende Aufgaben wahr:

- Touristische Basiswerbung, Promotion und Markenprofilierung der Region Basel im In- und Ausland
- Schaffung von touristischen Angeboten und Dienstleistungen für Individualgäste, Geschäfts-, Kongress- und Incentivereisende
- Öffnung der Distributionskanäle für interessierte Partner
- Verkauf von touristischen Produkten und Dienstleistungen an Individualgäste und Reiseveranstalter
- Auskunft- und Vermittlungsdienstleistungen an den Tourist Informationsstellen sowie per Telefon und Internet
- Aufbereitung von touristischen Marktinformationen als Entscheidungsgrundlage für den eigenen Bedarf und für die Mitglieder
- Vertretung der touristischen Interessen nach aussen und aktive Beteiligung am zielgruppenübergreifenden Marketing für Basel

Partnerschaften von Basel Tourismus (Auszug)

Nationale Partner

- Schweiz Tourismus
- Switzerland Convention and Incentive Bureau
- Schweizerischer Tourismus-Verband
- Verein Grand Tour of Switzerland
- Regionaldirektorenkonferenz
(nationaler Lenkungsausschuss der touristischen Regionen)
- SBB / RailAway
etc.

Internationale Partner

- Reisebüros in Zielmärkten
- Internationale Tour Operators / Reiseveranstalter
- Fluggesellschaften
- Transportunternehmen
- Deutsche Bahn / TGV etc.
- Internationale Medienschaffende / Reisejournalisten
- Kongressorganisatoren / Meeting Planner
etc.

Kantonale und regionale Partner

- Kanton Basel-Stadt
- Pro Innerstadt
- Basler Hotelier-Verein
- Wirtverband Basel-Stadt
- Handelskammer beider Basel
- Gewerbeverband Basel-Stadt
- Baselland Tourismus
- Projektorganisation Upper Rhine Valley
etc.

Lokale Partner und Leistungsträger

- MCH Messe Schweiz AG
- Infrastrukturanbieter
- EuroAirport Basel-Mulhouse-Freiburg
- Transportunternehmen / öffentlicher Verkehr
- Eventveranstalter (z. B. Basel Tattoo, Art Basel etc.)
- Museen / Theater / Kulturinstitutionen
- Kollektivmitglieder (Firmen, Hotels und Restaurants)
- Privatmitglieder
etc.

DER VORSTAND.



Dr. Carlo Conti
(1954)
Präsident

Advokat, Partner
WENGER PLATTNER
Rechtsanwälte



Peter Hostenstein
(1959)
Vizepräsident

Mitglied Executive Board
MCH Group



Maurus Ebnetter
(1963)

Vorstandsdelegierter
Wirtverband Basel-Stadt



Dr. Daniel Fischer
(1957)

Inhaber und
Geschäftsführer
Daniel Fischer & Partner



Marc Haubensak
(1954)

Direktor BäleHotels



Samuel Hess
(1962)

Leiter Wirtschaft, Amt
für Wirtschaft und Arbeit,
Vertreter des
Kantons Basel-Stadt



**Dr. Ruth Ludwig-
Hagemann**
(1950)

Delegierte des Vorstands
der GGG (Gesellschaft
für das Gute und
Gemeinnützig)



Dr. Franz A. Saladin
(1966)

Direktor Handelskammer
beider Basel



Matthias Suhr
(1963)

Direktor EuroAirport
Basel-Mulhouse-Freiburg

DIE TOURISMUSKOMMISSION UND DIE EHRENPINTRÄGER.

Kommissionsmitglieder

Kommissionsmitglieder	Interessenvertretung für
Lorenz Amiet	IG EuroAirport
Miriam Baumann	Gewerbeverband Basel-Stadt
Dr. Carlo Bertossa	Basler Musik-Konvent
Philippe Bischof	Präsidialdepartement, Abteilung Kultur
Mathias F. Böhm	Pro Innerstadt Basel
Tanja Dietrich	Zoo Basel
Thomas Dürr	act entertainment
Tobias Eggimann	Baselland Tourismus
Jürg Erismann	Hoffmann-La Roche
André Frossard	Frossard Reisen
Felix Hauser	Basler Hotelier-Verein
Gelgia Herzog	Forum Schwarzbubenland
Dr. Bernhard Heusler	FC Basel
Urs Hitz	Ombudsmann Basler Hotelier-Verein
Samuel Holzach	UBS
Markus Jaggi	Novartis
Thomas Kastl	St. Jakobshalle Basel
Martina Münch	Bau- und Verkehrsdepartement, Planungsamt
Kurt Schaufelberger	ASTAG Nordwestschweiz
Raphael Suter	Basler Zeitung
Daniel Thiriet	sea chefs
Dr. Stefan Wehrle	Bürgergemeinde der Stadt Basel
Claudia Wipf	SBB

Die Ehrenpinträger

Dr. h.c. Thomas Straumann, Urs Hitz, Ernst Beyeler †, Dr. Ralph Lewin, Roger Brennwald, Gigi Oeri, MCH Messe Schweiz (Basel) AG, Erik Julliard, Georges Delnon

Die Tourismuskommission berät den Vorstand und vermittelt Impulse zur Weiterentwicklung von Basel Tourismus. Sie repräsentiert die Interessen der touristischen Anbieter, der Mitglieder und der interessierten Öffentlichkeit. Die Tourismuskommission tagt in der Regel einmal jährlich.

Mit dem Basel Tourismus-Ehrenpin werden seit einigen Jahren Persönlichkeiten oder Organisationen ausgezeichnet, die sich um unsere Stadt verdient gemacht haben.

DAS ORGANIGRAMM.



Insgesamt 50 Mitarbeitende

(= 3950%) davon 1 N.N. und 6 Praktikanten

* Mitglied der Geschäftsleitung

** seit April 2018 (bis Februar 2018 Andrea Studer)

DAS TEAM.

	 Daniel Egloff*	 Francesca Gasser	 Ann Müller		 Christoph Bosshardt*	 Mavi Behramoglu	 Thomas Fuchs	 Anneke Geyer**	 Anina Giso	 Géraldine Häsler	 Melanie Kolofrat
 Natascha Martin	 Jan Quartier**	 Nora Reith	 Jenny Rentsch	 Isidora Rudolph	 Lena Ulmann	 Isabelle Varisco		 Frédéric Pothier*	 Alexandra Auci**	 Michelangelo Faralli	 Roy Fischer**
 Anne Fonjallaz	 Seraina Haberthür	 Nicole Hofer	 Gian-Andri Laux	 Barbara Lustenberger	 Diana Maasberg	 Sandra Marelli	 Rosetta Negro	 Daia Nett	 Esther Roth	 Barbara Rüesch	 Stefanie Tat
 Madeleine Umbricht	 Damaris Wiedmer		 Philipp Schmid*	 Stefan Bonsels	 Ramona Debus	 Nuria Gautschi	 Simone Krähenbühl	 Christina Rentsch	 Jean-Claude Sass	 Carmen Vogt	
 Danilo Maccauso*	 Reto Haberthür	 David Meistertzheim**	 Dieter Reichhart	 Andreas Tanner	 Claudia Vögelin						

* Abteilungsleitung
** Teamleitung

FLYING CONCIERGES.

Mit dem Ziel, einen einzigartigen Welcome-Service für die Besucherinnen und Besucher der Stadt zu schaffen, lancierte Basel Tourismus gemeinsam mit dem Basler Hotelier-Verein und dem Grand Casino Basel im Juni 2015 das Projekt «Flying Concierges». Seitdem vermitteln rund 100 aufgestellte Basel-Kennerinnen und -Kenner mit Begeisterung ihr Wissen und ihre Liebe zur Stadt und stehen den Gästen mit Rat und Tat zur Seite. Das kann von einer einfachen Auskunft in Sachen Tramverbindung bis über das Vermitteln von Geheimtipps zu Restaurants oder Shopping alles sein. Ihren ehrenamtlichen Einsatz leisten die Flying Concierges jeweils während wichtiger Messen und Grossveranstaltungen an stark frequentierten Standorten in Basel.



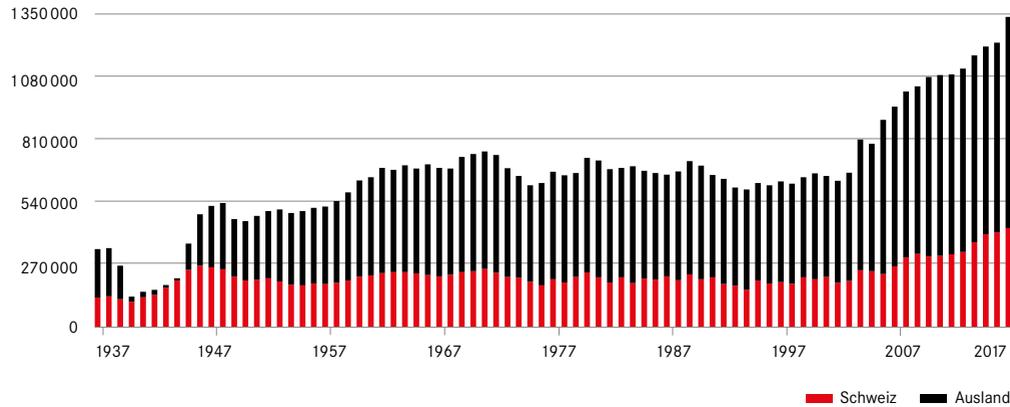
Friendly Hosts-Ausflug

Wir bedanken uns bei allen mitwirkenden Freiwilligen für die erbrachten Dienste.

Hussein Ali	Daniel Gross	Gabriele Pohlig
Felix Bader	Corinne Grüninger	Mario Rinaldi
Christoph Benkler	Ruth Grütter	Roland Roggo
Iris Betschart	Roger Gugger	Catherine Lea Rothschild
Arnold Binder	Lisbeth Haas	Lixia Rubin-Liu
Diana Blank	Petra Harr-Dehn	Rosalina Ruppert
Susanne Blank	Wally Hartmann	Claudine Sandoz
Felix Bornhauser	Esther Heitz	Silvia Sangiovanni
Konrad Bretscher	Anke Holtorf	Monika Schaad
Beat Bubendorf	Felix Honold	Doris Schenk
Markus Burger	Annamarie Horat	Rolf Schenker
Juliette Bürgin	Serge Kaufmann	Audrey Schenker
Candida Burkhard-Mikes	Maria Keller	Günther Schlecht
Hanspeter Bussinger	Jutta Kern	Christine Schlubeck
Fabio Casertano	Albrecht Kern	Salome Schüpbach
Jleana Cesaro	Fritz Kölliker	Ronald Sigrist
Meret Cramer	Hans Kradolfer	Alekko Sinniger
Nora Csermely	Markus Küng	Monika Spielmann
Christian Dalucas	Doris Lauber	Jacintha Sponder
Anne Demierre Schlaeppli	Regine Lohner	Gerhard G. Springer
Jenny Dunning	Angelika Lorenz	Terry Stalder
Vesna Engler	Silvia Martin-Jöhr	Doris Stalder
Hans-Jürg Erni	Michael Matti	Dörthe Stolberg
Irene Fischer	Martina Meinicke	Roland Studer
Romy Fritsche	Peter Möller	Melissa Studer
Astrid Gallo	Gian Paolo Morelli	Detlef Tetzl
Käthi Gebhard	Christopher Morrison	Sibylle Tschäppeler
Horst Georgi	Markus Mosimann	Charlotte Walder
Clarisse Gherardi	Liliane Müller	Jürg Weber
Peter Gissler	Anne Müller-Roth	
Esther Glauser	Johanna Pfister	

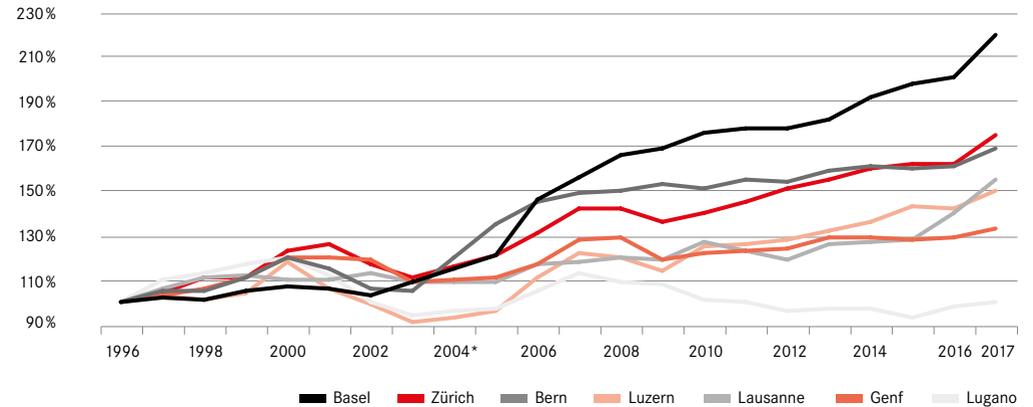
DIE STATISTIK 2017.

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG SEIT 1937



Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt, Tourismusstatistik

INDEXIERTE LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG IM VERGLEICH MIT SECHS SCHWEIZER STÄDTEN



Indexiert: 1996 = 100
*Schätzung, Quelle: Zürich Tourismus

WACHSTUM DER WICHTIGSTEN KENNZAHLEN SEIT 2013

	2013	2014	2015	2016	2017
Logiernächte Basel-Stadt	1 105 862	1 162 938	1 201 796	1 217 677	1 328 047
Über BT gebuchte Logiernächte	22 084	23 854	22 588	18 172	25 324
Verkaufte Pauschalen	3 469	2 989	4 528	1 893	2 191
Telefonauskünfte	22 091	21 841	21 058	18 400	16 723
Besucherfrequenz Tourist Information	161 168	163 401	145 553	150 589	158 995
Selbsterwirtschaftete Erträge in CHF	2 291 800	2 399 212	2 559 410	2 552 369	2 222 122
Individuelle Führungen	3 222	3 502	3 248	3 907	3 491
Marketing Cash-out in CHF	2 149 934	2 314 304	2 881 239	2 662 961	2 429 374
DB Führungen in CHF	254 361	264 383	298 062	395 343	351 355
DB Souvenirverkauf in CHF	237 340	250 237	225 636	210 398	219 554

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG BASELS IM VERGLEICH MIT SECHS SCHWEIZER STÄDTEN

	2013	2014	2015	2016	2017
Basel*	1 105 862	1 162 938	1 201 796	1 217 677	1 328 047
Bern	711 828	719 596	715 286	717 315	753 910
Genf	2 046 435	2 051 975	2 037 896	2 040 594	2 114 793
Lausanne	751 329	755 512	762 463	830 758	921 777
Lugano	513 281	514 483	490 887	519 469	526 382
Luzern	1 175 670	1 218 169	1 279 825	1 269 774	1 343 229
Zürich	2 830 003	2 916 220	2 947 756	2 956 699	3 194 598

*inkl. Bettingen und Riehen, Quelle: Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik

TOP QUELLMÄRKTE IM VERGLEICH ZU 2007

Rang Index	Herkunftsland (2007 = 100)	Logiernächte 2017	Logiernächte 2007	Marktanteil 2017	Logiernächte-zuwachs	Logiernächte-zuwachs in %
1	Schweiz	424 254	259 884	31.9 %	164 370	63.2 %
2	Deutschland	192 042	183 868	14.5 %	8 174	4.4 %
3	USA	136 263	84 821	10.3 %	51 442	60.6 %
4	UK	98 282	82 790	7.4 %	15 492	18.7 %
5	Frankreich	58 011	39 423	4.4 %	18 588	47.2 %
6	Italien	50 423	45 503	3.8 %	4 920	10.8 %
7	Spanien	32 835	23 538	2.5 %	9 297	39.5 %
8	Niederlande	30 405	24 772	2.3 %	5 633	22.7 %
9	Belgien	18 626	13 128	1.4 %	5 498	41.9 %
10	Indien	17 756	7 925	1.3 %	9 831	124.1 %
11	China (o. HK)	16 898	6 776	1.3 %	10 122	149.4 %
12	Österreich	15 466	16 429	1.2 %	- 963	- 5.9 %
13	Südostasien*	14 699	6 661	1.1 %	8 038	120.7 %
14	Australien/NL/ Ozeanien	14 396	7 727	1.1 %	6 669	86.3 %
15	Japan	13 851	12 996	1.0 %	855	6.6 %
16	GCC**	13 511	6 805	1.0 %	6 706	98.5 %
17	Kanada	11 090	6 201	0.8 %	4 889	78.8 %
18	Brasilien	9 765	11 396	0.7 %	- 1 631	- 14.3 %
19	Polen	9 679	4 043	0.7 %	5 636	139.4 %
20	Russland	9 166	6 157	0.7 %	3 009	48.9 %
21	Türkei	8 866	3 357	0.7 %	5 509	164.1 %
22	Südkorea	8 261	3 104	0.6 %	5 157	166.1 %
23	Dänemark	8 106	4 702	0.6 %	3 404	72.4 %
24	Irland	8 099	7 171	0.6 %	928	12.9 %
25	Israel	7 645	3 528	0.6 %	4 117	116.7 %
26	Übrige Märkte	99 652	71 487	7.5 %	28 165	39.4 %
Total		1 328 047	944 192	100.0 %	383 855	40.7 %

* Indonesien, Malaysia, Philippinen, Singapur, Thailand

** Bahrain, Katar, Kuwait, Oman, Saudi Arabien, Vereinigte Arabische Emirate

Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt, Tourismusstatistik



Grossbasler Rheinufer

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus

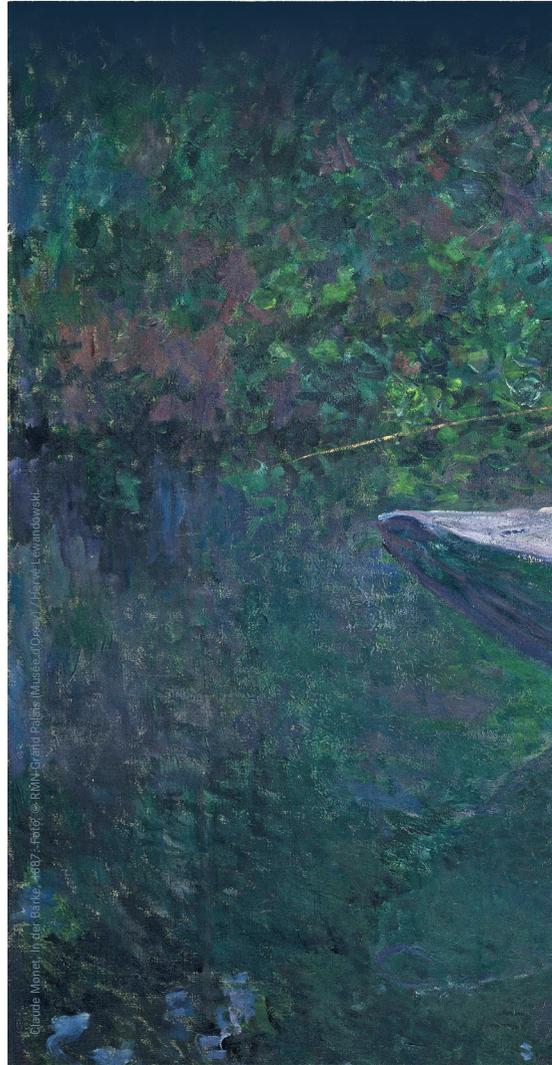
Gestaltung: Schober Bonina AG

Druck: Werner Druck & Medien AG

Titelseite: Claude Monets Werk «In der Barke» (1887) war zu sehen in der grossen Sonderausstellung, die die Fondation Beyeler dem Künstler anlässlich ihres 20. Geburtstags widmete.



Basel Tourismus besitzt das Qualitätssiegel der Stufe III und das ISO-Zertifikat für den Schweizer Tourismus.



Claude Monet, In der Barre, 1897, Foto © ROM-Grand Palais, Musée d'Orsay / Hervé Lewandowski

Basel Tourismus

CH-4010 Basel

Tel. +41 (0)61 268 68 68

info@basel.com, #lovebasel