

Jahresbericht 2022





Mehr Freizeittourismus für Basel: Im Jahr 2022 war die durchschnittliche Zimmerauslastung an den Wochenenden zum ersten Mal höher als unter der Woche.

Editorial	4
Kennzahlen	6
Marketing und Sales	8
Convention Bureau	10
Visitor Service	12
Finanzen, HR und Mitgliederwesen	14
Bilanz per 31.12.2022	16
Erfolgsrechnung 2022	17
Anhang Jahresrechnung	18
Revisionsbericht	19
Leistungsauftrag	20
Nachhaltigkeitsstrategie	21
Organigramm	22
Vorstand	23
Team	24
Applaus für unsere Guides	26
Vielen Dank für Ihre grosse Unterstützung	27
Statistik 2022	28

Editorial

Fast schon mit dem Rücken im Sägemehl gelegen und dann doch noch mit viel Schwung, Herz und dem nötigen Wettkampfglück einen erfolgreichen Hosenlupf geschafft – so würde wohl ein Schwinger für uns das Jahr 2022 resümieren.

Tatsächlich waren die Aussichten zu Jahresbeginn aufgrund der vom Bundesrat noch verschärften Corona-Massnahmen eher trübe. Die Einschränkungen hatten die Tourismusbranche weiterhin fest im Griff. Mit der Rückkehr von Frau Fasnacht erfolgte dann aber der so langersehnte erste Schritt in Richtung «normale Lage». Was indes effektiv normal blieb, sind die vielen vorherrschenden Herausforderungen: von der noch nicht überwundenen Pandemie über die geopolitische Lage bis hin zu den labilen Finanzmärkten, erschwerten Lieferketten, hohen Energiepreisen sowie dem Fachkräftemangel.

Dass sich das Sehnen der Menschen nach ein bisschen Normalität in solch vermehrter Reiselust und einem grossen Verlangen nach Events ausdrückt, durften wir nicht erwarten, konnten es ab Jahresmitte aber deutlich spüren – und können es nun auch in Zahlen belegen. So führte die bessere Hälfte des 2022 zu einer Erholung der Basler Hotellerie, die alle Erwartungen übertroffen und die anfänglich eher trüben in vorsichtig optimistische Aussichten verwandelt hat.

In den Sommermonaten kehrten besucherstarke Anlässe wie die Art Basel oder das Basel Tattoo auf die Bühne der Stadt zurück, gefolgt vom eigentlichen Highlight 2022 auf regionalem Boden, dem ESAF mit rund 400 000 Besucherinnen und Besuchern. In enger Zusammenarbeit mit Baselland Tourismus konnten wir mehr als 12 000 Unterbringungen vermitteln und so unseren Beitrag zu diesem urschweizerischen, unvergesslichen Fest leisten. Apropos Schweiz: 2022 haben so viele inländische Gäste wie noch nie in Basel logiert und die «Schweiz mal anders» erlebt – ganz im Sinne der grössten je lancierten Imagekampagne in der Geschichte von Basel Tourismus.

Die über eine halbe Million generierten Übernachtungen sorgen zusammen mit den Logiernächten der ausländischen Gäste für ein Plus von 66 % im Vorjahresvergleich und für einen auf 8,6 % geschrumpften Rückstand gegenüber dem Rekordjahr 2019. Rekordmonate gab es 2022 gleich deren drei, haben doch im August, September und Dezember mehr Gäste als je zuvor in Basel übernachtet. Die Entwicklung ist somit sehr positiv; nichtsdestotrotz bleibt die Auslastung tiefer als 2019 und das intensive Ankurbeln der Nachfrage ein Muss.



Dr. Carlo Conti



Letizia Elia

**Jahresbericht
online lesen:**
[basel.com/
jahresbericht](https://basel.com/jahresbericht)

Auf den erfreulichen Eventsommer 2022 folgte ein starker Kongressherbst. So tagte unter anderem der Zionistische Weltkongress zum zehnten Mal in Basel, und mit dem europäischen Pathologiekongress kamen über 3000 wissenschaftlich tätige Personen ans Rheinknie. Viel Publikum war auch wieder drinnen an den Swiss Indoors und bei schönstem Wetter draussen «an dr Mäss». Weniger Rummel, aber gleichfalls rund eine Million Besucherinnen und Besucher und sogar etwas Schnee gab es alsdann am Weihnachtsmarkt. Dem hiesigen Geist von Weihnachten frönten überdurchschnittlich viele Gäste aus Spanien und Italien.

Dass wir diese erfreulichen Zahlen verzeichnen dürfen, verdanken wir den Menschen, die sich 2022 für den Tourismus in Basel eingesetzt haben. Damit meinen wir zum einen die Mitglieder unseres Vereins, unsere Guides und ehrenamtlichen Flying Concierges. Zum anderen möchten wir uns herzlich für den grossartigen Einsatz des engagierten Teams von Basel Tourismus bedanken.

Dr. Carlo Conti
Präsident

Letizia Elia
Direktorin

Kennzahlen



1 301 107

+65,8 %

Logiernächte
in Basel



4 026 213

+39,3 %

Sitzungen auf
Basel.com



243

+125 %

Betreute
Medienschaffende



1511

+141,8 %

Verkaufte
Pauschalen



331

+1,8 %

Verkaufsgespräche
mit Reiseveranstaltern

Die Prozentzahlen stellen die Abweichung zum Berichtsjahr 2021 dar.



66 247

+118,5 %

Besucherinnen
und Besucher
Tourist Information



176 789

+0,8 %

Facebook
Follower



5493

+158,7 %

Teilnehmende
öffentlicher
Stadtrundgang



10

+ 0 %

Kongress-
zuschläge



79 185

+17,9 %

Instagram
Follower



4994

+72,7 %

Flying Concierges
Auskünfte



Für unseren Podcast zu Gast: Georges Pisana, Senior Host des Hostels Hyve.



Die Weihnachtskampagne mit Michelle Hunziker bescherte uns eine glänzende Reichweite.

Marketing und Sales	2019	2020	2021	2022
Anzahl betreute Studienreisen	47	7	8	7
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	1090	435	325	331
Anzahl betreute Medienschaffende	191	71	108	243
Sitzungen Website	3 127 508	1 991 658	2 889 477	4 026 213
Newsletter-Abonnenten	20 700	20 981	25 258	30 201
Facebook-Follower	172 252	176 124	175 292	176 789
Instagram-Follower	37 257	55 599	67 164	79 185

Marketing und Sales

Menschen wollen reisen und Neues entdecken. Entsprechend gross war der Nachholbedarf nach der Pandemie. Für uns bedeutete die langersehnte Aufhebung der Reisebeschränkungen, dass wir unser Kerngeschäft im Marketing wieder aufnehmen und internationale Marketingaktivitäten umsetzen konnten. In Italien, Spanien, Deutschland, den Niederlanden sowie den USA präsentierten wir etwa unsere Stadt an Medienanlässen. Der Einladung nach Basel folgten zahlreiche Reisemittler wie auch rund 250 Medienschaffende, davon allein 79 im letzten Quartal. Mit dem Aufschwung kehrte auch das Interesse zurück.

«Die relativ gute Auslastung an den Wochenenden ist ein Indiz dafür, dass es sich lohnt, noch stärker in den Freizeittourismus und in die europäischen Nahmärkte zu investieren.»

Christoph Bosshardt, Leiter Marketing & Sales

Grosse Aufmerksamkeit kam auch unserer Imagekampagne «Swiss but different» zu: auf den verschiedenen Onlinekanälen erzielte sie eine Reichweite von 75 Mio. Impressionen und sorgte für knapp 2 Mio. Klicks. Bis Ende Jahr 2,3 Mio. Mal auf YouTube angeschaut wurde ein eigens für die Kampagne produziertes und im September lanciertes Video.

Ein weiteres Werbehighlight gelang uns mit der Weihnachtskampagne, für die wir mit Michelle Hunziker eine für Italien und die Schweiz bedeutende Influencerin nach Basel locken konnten – und dafür mit einer Reichweite von 8 Mio. Impressionen sowie über 1 Mio. Medienkontakten belohnt wurden. Mit über 4 Mio. Sitzungen erfuhr auch unsere Website grossen Zuspruch, unter anderem dank eines neuen interaktiven Tools, mit welchem sich die User auf spielerische Art eine Love-List zusammenstellen können. Nicht User, sondern bis zu 4000 Hörerinnen und Hörer pro Folge erreichte unser Podcast; wer etwas über Basel aus der Sicht von illustren Gästen erfahren will: einfach Reinhören!

Kunst, Kultur und Architektur sind unsere wichtigsten Argumente bei der Vermarktung von Basel. Entsprechend kam dem Kulturmarketing wiederum grosse Bedeutung zu: zum Beispiel mit dem ersten Kulturmarketingtag, den wir gemeinsam mit der Abteilung Kultur des Präsidialdepartements durchführten, oder mit einer Sonderedition des «Monopol»-Magazins in Kooperation mit unseren Museumspartnern. Überdies waren wir an Kunstmessen in Mailand, Paris sowie Strassburg präsent und setzten spannende Projekte mit Kunstschaffenden aus Japan und den USA um.

Convention Bureau

«Das Ziel, sich wieder physisch treffen und austauschen zu können, ist greifbar nah», so lautete die Aussage an dieser Stelle des Geschäftsberichts 2021. Dass die letzten Meter oftmals die schwersten sind, musste die Meetingbranche im ersten Halbjahr 2022 in Form einer erneuten Pandemie-welle erfahren – und kämpfte folglich mit Absagen und Verschiebungen. Auch wurden Meetings gänzlich virtuell durchgeführt, wie die Bio-Europe Spring, welche im März mit 2000 Teilnehmenden in der Messe Basel hätte stattfinden sollen.

Von «greifbar nah» zu «endlich wieder da»: Ab Mai kehrten zunächst die nationalen Kongresse zurück; so unter anderem die Schweizerischen Tierärz-te-tage (5.–6.5.) sowie der Jahreskongress von Swiss Orthopaedics (22.–24.6.), welcher mit über 1500 Teilnehmenden sogleich einen neuen Besucherrekord verzeichnete. Dies war der Startschuss in ein sehr erfreuliches zweites Halb-jahr, folgten doch weitere Meetings mit absoluten Bestmarken: das Annual Biocontrol Industry Meeting ABIM (24.–26.10.) mit noch nie erreichten 1550 Teilnehmenden oder der Euro-pean Congress of Pathology (3.–7.9.) mit 3300 Gästen vor Ort sowie weiteren 900 virtuell zugeschalteten.

Um den Aufschwung in der Meeting-branche tatkräftig nutzen zu können, verstärkte sich das Convention Bureau per Oktober 2022 personell um 120 auf

neu 350 Stellenprozente. Gemeinsam mit unseren Partnern wird die Kongress-stadt Basel jetzt noch intensiver beworben. Die neu gestaltete Website sowie das neu eingeführte Programm «SendSites» zur digitalen Einreichung von Kongressbewerbungen sind wichtige Tools hierzu. Und dank dem auf Basel.com online und in frischem Look zur Verfügung stehenden «Venue Finder» wurde mehr als doppelt so viel auf die eingebundenen Partnerprofile zugegriffen.

«Die Besucherrekorde sind untrügliche Zeichen für das starke Bedürfnis, sich nach zwei Jahren Pandemie wieder physisch zu treffen und vor Ort auszutauschen.»

Stefan Bonsels, Leiter Convention Bureau

Zu guter Letzt noch etwas Werbung in eigener Sache: 2022 reichte das Convention Bureau gemeinsam mit seinen Partnern 15 Kandidaturen für internationale Mehrtageskongresse ein, überwiegend für Meetings mit mehr als 800 Teilnehmenden. Für zehn Kongresse, von denen neun zu diesen Grossveranstaltungen zählen, erhielten wir den Zuschlag.



Auf Absagen und Verschiebungen in der ersten Jahreshälfte folgte ein starker Kongressherbst: Der Aufschwung in der Meetingbranche ist spürbar.

Convention Bureau	2019	2020	2021	2022
Eingereichte Kongressbewerbungen	42	25	18	15
Kongresszuschläge	5	7	10	10



Ab Frühsommer gingen wieder zahlreiche Passagiere von Flusskreuzfahrtschiffen in Basel an Land.



Kein «Rhein-Schwumm» ohne Wickelfisch: Rekordabsatz für den Basler Schwimmsack!

Visitor Service	2019	2020	2021	2022
Besucherfrequenz Tourist Information	168 795	25 314	30 317	66 247
Beantwortete Anrufe und E-Mails	30 261	21 585	19 099	30 348
Umsatz Warenhandel/Dienstleistungen (CHF)	1604 170	616 228	488 746	761 559
Anzahl privater Gruppenführungen	4141	663	1511	3305
Teilnehmende am öffentlichen Altstadttrundgang	6202	1387	2123	5493
Teilnehmende an szenischen Rundgängen	1538	318	360	705
Verkaufte Pauschalen	2697	1381	625	1511

Visitor Service

Unverhofft kommt oft: Dass in dieser Redewendung viel Wahres steckt, durften wir im vergangenen Jahr auf schönste Weise erfahren, hielt das Jahr 2022 doch so manch positive Überraschung für unsere drei Abteilungen Tourist Information, Guest Service und Guided Tours bereit. Ja, wir dürfen sogar von einem Jahr der Superlative reden.

«In neun Monaten von null auf hundert: Unser hoch motiviertes Team hat die grossen Herausforderungen professionell angepackt und bestens gemeistert – hierfür gab's begeisterte Gäste sowie glückliche Kunden.»

Frédéric Pothier, Leiter Visitor Service

So nahmen nach einem sehr verhaltenen Start, der in erster Linie den noch erheblichen Corona-Einschränkungen im ersten Quartal geschuldet war, Nachfrage und Besucheraufkommen ab Mai rasant, aber eben auch unerwartet zu. Das Unterkunftshandling sowie das Organisieren diverser Infodesk für viele Veranstaltungen liess uns teilweise an die Kapazitätsgrenzen stossen, wurden doch auch die Teamkapazitäten coronabedingt reduziert. Für die hohe Einsatzbereitschaft, noch grössere Flexibilität sowie Loyalität sind wir allen Mitarbeitenden sehr dankbar.

Einer noch etwas eingeschränkten Fasnacht folgten eine fast normale Art Basel, das Basel Tattoo sowie das ESAF in Pratteln, zahlreiche Meetings und Kongresse im Herbst und ein sehr erfolgreicher, weil sehr gut besuchter Weihnachtsmarkt. Zudem durften wir ab Frühsommer wieder zahlreiche, primär aus Nordamerika kommende Gäste der Flusskreuzfahrtschiffe durch Basel und die Schweiz begleiten. Rekordverdächtig viele Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland bescherte uns der herrliche Sommer – plus einen Rekordabsatz an Wickelfischen fürs beliebte Rheinschwimmen.

Die Erholung der Frequenzen und Umsätze in Zahlen: 119 % mehr Gäste an der Tourist Information, 159 % mehr Teilnehmende am öffentlichen Altstadttrundgang und 119 % mehr private Gruppenführungen bei den Guided Tours, 42 % mehr vermittelte Logiernächte über den Guest Service (ohne das ESAF, welches allein 13 200 Logiernächte generierte).

Was uns ausser diesen Zahlen besonders stolz macht: Erstmals kam unsere mobile Tourist Information in Form eines E-Cargo-Bikes an vielen Wochenenden zum Einsatz; und bei den externen Qualitätskontrollen schloss das Team der Tourist Information einmal mehr mit einem hervorragenden Ergebnis ab. So darf es doch «unverhofft oft» weitergehen.

Finanzen, HR und Mitgliederwesen

Das Jahr 2022 lässt sich in Sachen Ertragszahlen mit einer erfreulichen Prozentangabe auf den Punkt bringen: +82 %. Erfreulich zum einen, da sich die Erträge aus den Gasttaxen um eben diese Prozentzahl auf CHF 4,0 Mio. gegenüber CHF 2,2 Mio. im Jahr 2021 steigerten. Und zum anderen, weil die Zahl belegt, dass die Besucherinnen und Besucher wieder in unsere Stadt strömen.

Diese bereits im Vorjahr vielversprechend verlaufene Erholungsphase hat sich im Jahr 2022 fortgesetzt und umfasst alle Bereiche. So konnten wir unsere Belegschaft mit den Aufhebungen der Reisebeschränkungen im Herbst 2021 aus der Kurzarbeit zurückholen und waren nicht mehr von Kurzarbeitsentschädigungen abhängig.

Gegenüber dem Vorjahr verdoppelt haben sich im Berichtsjahr unsere durchgeführten Mitgliederanlässe: Mit dem Besuch des Theater Basel, des Kasernen-Hauptbaus, genannt kHaus, des Uhrenherstellers Oris sowie zu guter Letzt des Claraspitals waren es vier an der Zahl. Die Nachfrage war wie bereits im Jahr 2021 gross. Für die Besichtigung des Claraspitals war sie gar so hoch, dass wir mit dem 6. Februar 2023 abermals einen Zusatztermin anbieten durften.

Apropos 2023: Auch im laufenden Jahr ermöglichen wir unseren Mitgliedern wieder, einen Blick hinter die Kulissen diverser Basler Institutionen zu werfen. Mehr dazu im nächsten Geschäftsbericht.

«Weil sich die Gästezahlen erfreulich schnell erholt haben, sind wir nicht mehr auf externe Hilfe angewiesen.»

Danilo Maccauso, Leiter Finanzen,
HR und Mitgliederwesen



Der Besuch hinter den Kulissen des Theater Basel war einer von insgesamt vier Mitgliederanlässen 2022.

Mitgliederwesen / Gasttaxenbeiträge	2019	2020	2021	2022
Mitgliederbeiträge (CHF)	343 388	315 869	295 812	286 177
Mitgliederbestand am 31.12.	1320	1251	1164	1124
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	106	105	95	87
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	176	171	167	165
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	740	681	626	598
Anzahl übrige Mitglieder per 31.12.	298	294	276	274
Gasttaxen Hotels (Anteil BT in CHF)*	4 099 849	1405 879	2 061 069	3 766 257
Gasttaxen Airbnb (Anteil BT in CHF)*	306 288	106 505	161 895	256 519

* Die Gasttaxen betragen CHF 4.00, davon gehen 1,5 % an das AWA, CHF 1.05 an den TNW und der Rest von CHF 2.89 an Basel Tourismus.

Bilanz per 31.12.2022

Aktiven	31.12.2022 in CHF	31.12.2021 in CHF
Flüssige Mittel	1938 391	1324 053
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	285 838	263 130
./. Delkredere	-25 000	-25 000
Übrige kurzfristige Forderungen	495 399	513 915
Vorräte	116 427	90 330
Aktive Rechnungsabgrenzung	718 609	628 056
Umlaufvermögen	3 529 664	2 794 484
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	3 529 669	2 794 489

Passiven		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	338 598	316 122
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	15 807	344 825
Passive Rechnungsabgrenzung	892 172	629 220
Kurzfristiges Fremdkapital	1 246 577	1 290 167
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	135 852	123 706
Rückstellungen langfristig	300 000	300 000
Langfristiges Fremdkapital	435 852	423 706
Fremdkapital	1 682 429	1 713 873
Eigenkapital		
Allgemeiner Fonds	936 600	391 600
Zweckgebundener Fonds für Gasttaxen	728 700	508 700
Fondskapital	1 665 300	900 300
Vereinskapital	159 434	159 434
Freies Kapital	22 507	20 883
Vereinskapital	181 941	180 317
Eigenkapital	1 847 241	1 080 617
Total Passiven	3 529 669	2 794 489

Erfolgsrechnung 2022

	2022 in CHF	2021 in CHF
Führungen und Ausflüge	1244760	562543
Guest Service	1003309	1653533
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	761559	488746
Marketing / PR	825319	936081
Übriger Ertrag	23049	39045
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	3857995	3679949
Staatsbeiträge	3100000	2600000
Gasttaxen	4022776	2222964
Mitgliederbeiträge	286177	295812
Ertrag aus Beiträgen	7408953	5118776
Betrieblicher Ertrag	11266948	8798725
Führungen und Ausflüge	-184143	-96629
Guest Service	-509347	-1444093
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	-588270	-368409
BaselCard	-738851	-456815
Marketing / PR	-3487016	-2478953
Übriger Aufwand	-9339	-12830
Material- und Dienstleistungsaufwand	-5516966	-4857729
Personalaufwand	-4122612	-3145259
Mietaufwand	-348932	-353047
Büro- und Verwaltungsaufwand	-461566	-359131
Aufwand Verein	-68876	-74904
Abschreibungen	-41554	-40835
Betriebsaufwand	-5043539	-3973177
Finanzaufwand	-9885	-8376
Finanzertrag	103	10
Finanzergebnis	-9782	-8366
Betriebsergebnis	696661	-40547
Betriebsfremder Ertrag	12200	27000
Periodenfremder Aufwand	-94763	0
Periodenfremder Ertrag	152526	0
Jahresergebnis	766624	-13547
Äufnung Fondskapital	-765000	0
Verwendung Fondskapital	0	14700
Äufnung Freies Kapital	-1624	-1153
Saldo Gewinnvortrag nach Verwendung	0	0

Anhang Jahresrechnung

1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungsgrundsätze

Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und 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.

Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverbindlichkeiten, sofern diese nicht innert zwölf Monaten nach Bilanzstichtag auslaufen oder gekündigt werden können:

in CHF	2022	2021
Triumph-Adler AG Druckerleasing	42966	13910
Fester Mietvertrag Bürogebäude und Tourist Information bis 31.3.2022	-	76423
Fester Mietvertrag Bürogebäude und Tourist Information bis 31.3.2027	1223594	1413042
in CHF	2022	2021
Periodenfremder Aufwand / Ertrag	57763	0

Im Berichtsjahr handelt es sich um erhaltene periodenfremde Erträge der Kurzarbeit für die Jahre 2020 und 2021. Ebenso im Berichtsjahr fand eine MwSt-Revision für die Jahre 2017 bis 2021 statt. Es erfolgte im Bereich der Vorsteuerkürzung eine Aufrechnung.

Massnahmen Covid-19-Pandemie

Die von den jeweiligen Finanzinstituten bewilligten Kredite, gemäss Covid-19-Solidarbürgschaftsverordnung Art. 3 und Art. 4, für einen «Covid-19-Kredit» über TCHF 500, Zinssatz 0,0 % p. a., sowie für einen Kontokorrentkredit «Covid-19-Kredit plus» über TCHF 690, Zinssatz 0,5 % p. a. variabel, sind wie im Vorjahr unverändert. Die Kreditlimiten wurden im 2022 nicht beansprucht.

Erweiterter Anhang / Geldflussrechnung / Lagebericht

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

Revisionsbericht

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2022 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 dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

PricewaterhouseCoopers AG

Ralph Maiocchi
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Tharsika Sutharsan
Zugelassene Revisionsexpertin

Basel, 28. März 2023

Leistungsauftrag

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 Tourismusverband
- Verein Grand Tour of Switzerland
- Regionaldirektorenkonferenz (nationaler Lenkungsausschuss der touristischen Regionen)
- SBB / RailAway
- etc.

Kantonale und regionale Partner

- Kanton Basel-Stadt
- StadtKonzeptBasel
- HotellerieSuisse Basel und Region
- Wirtverband Basel-Stadt
- Handelskammer beider Basel
- Gewerbeverband Basel-Stadt
- Baselland Tourismus
- Projektorganisation Upper Rhine Valley
- etc.

Internationale Partner

- Reisebüros in Zielmärkten
- Internationale Tour Operators / Reiseveranstalter
- Fluggesellschaften
- Transportunternehmen
- Deutsche Bahn / TGV etc.
- Internationale Medienschaftende / Reisejournalistinnen und -journalisten
- Kongressorganisatoren / Meeting Planner
- etc.

Lokale Partner und Leistungsträger

- MCH Group 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.

Nachhaltigkeitsstrategie

Im November 2022 hat sich die Stimmbevölkerung des Kantons Basel-Stadt für ein Netto-null-Ziel bis 2037 ausgesprochen. Nachhaltigkeit ist kein Nischenthema mehr, sondern Mainstream – und wird von unseren Gästen vorausgesetzt. Sie gilt für alle als wirtschaftlicher Erfolgsfaktor für die Zukunft. Bei der künftigen Entwicklung der Stadt Basel kommt Basel Tourismus eine wichtige Rolle zu: In enger Kooperation mit Stadt und Kanton sowie den touristischen Leistungserbringenden und Anspruchsgruppen soll die Destination Basel langfristig als nachhaltige Smart City positioniert werden. Damit dies gelingen kann, bindet die Organisation all ihre Mitarbeitenden sowie relevanten Stakeholder in den Entwicklungs- und Umsetzungsprozess einer ganzheitlich nachhaltigen Strategie ein. Zugleich übernimmt sie bei der nachhaltigen touristischen Entwicklung eine Vorbild- und Koordinationsfunktion, aktiviert die Branche und fördert den Dialog zwischen den verschiedenen Leistungsträgern.

Am 31. Mai 2022 veranstaltete Basel Tourismus erstmals einen runden Tisch zum Thema «Nachhaltiger Tourismus». Die Teilnehmenden legten neue Ziele und Massnahmen fest und entwickelten gemeinsam neue Projekte. Zudem definierten sie unter Berücksichtigung von ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Aspekten die vier Handlungsfelder neu:

Better Tourism

Dass sich alle Gäste in Basel willkommen, wohl und zugehörig fühlen sowie touristische Angebote für alle barrierefrei zugänglich sind, dafür setzt sich Basel Tourismus ein. Zugleich unterstützt Basel Tourismus die Gäste dabei, den kleinstmöglichen ökologischen Fussabdruck zu hinterlassen.

Sustainable Leader

Indem innerhalb des eigenen Betriebs vorbildlich nachhaltig agiert wird sowie Nachhaltigkeitsaktivitäten koordiniert werden, übernimmt Basel Tourismus eine Vorbildfunktion für die lokalen Tourismusbetriebe in Bezug auf Nachhaltigkeit.

Sustainable Partnerships

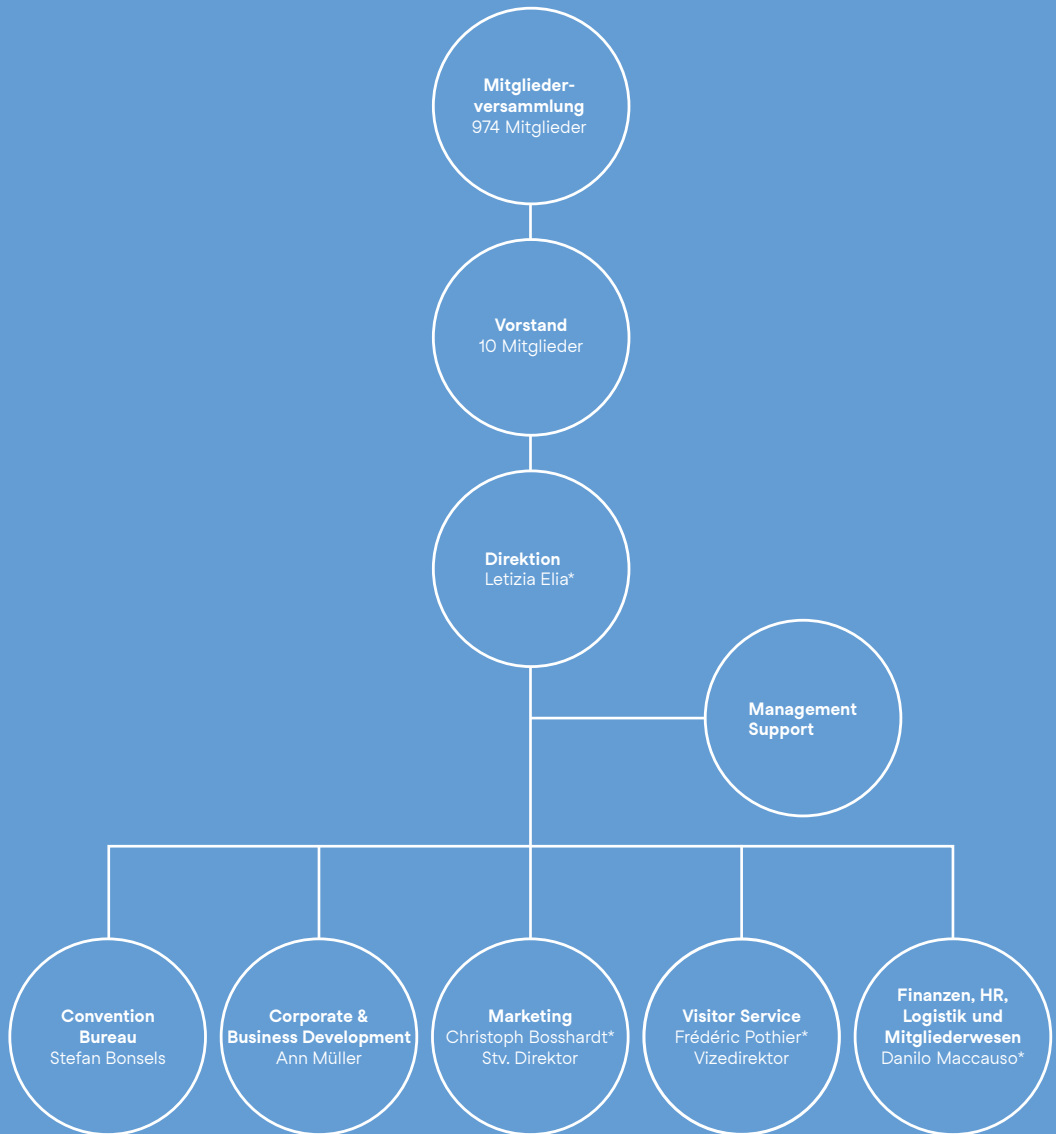
Basel Tourismus intensiviert und fördert systematisch die Kooperation mit dem Kanton sowie mit weiteren Institutionen und Organisationen entlang der touristischen Dienstleistungskette und trägt damit zu einer ganzheitlichen nachhaltigen Destinationsentwicklung bei.

Unique Experiences

Basel bietet seinen Gästen ein einmaliges Erlebnis aus Kunst, Kultur und Architektur sowie Tradition und Moderne. Dazu entwickelt Basel Tourismus sowohl allein wie auch in Kooperation mit Partnern nachhaltige Angebote und Produkte, welche den Gästen grösstmögliche nachhaltige Erlebnisse bescheren.

Ebenso wurden die konkreten Ziele und Massnahmen, die zur Erfüllung der Vision beitragen, für 2023 überarbeitet. Darüber hinaus wird Basel Tourismus den Nachhaltigkeitsmassnahmen erstmals einen separaten Bericht widmen.

Organigramm



Insgesamt 44 Mitarbeitende
(= 3520 %) davon 3 Praktikantinnen, 1 Lernende
* Mitglied der Geschäftsleitung

Stand März 2023

Vorstand



**Dr. Carlo Conti
(1954) Präsident**
Advokat,
WENGER PLATTNER
Rechtsanwälte, Notare,
Steuerberater



**Petra Studer
(1975) Vizepräsidentin**
Leiterin Netzwerk
FUTURE – Wissenschaft
& Politik



**Martin Dätwyler
(1969)**
Direktor Handelskammer
beider Basel



**Nadine Gembler
(1970)**
Leiterin Personal
Christoph Merian
Stiftung



**Nicole Hostettler
(1976)**
Leiterin Amt für Wirtschaft
und Arbeit Kanton
Basel-Stadt, Vertreterin
des Kantons Basel-Stadt



**Alexandre Kaden
(1969)**
Inhaber Groupe Oniro,
Vorstand Wirtverband
Basel-Stadt



**Angela Lilienthal
(1978)**
General Manager
Basel Marriott Hotel



**Jonas Scharf
(1968)**
Managing Director Venues
Switzerland MCH Group



**Matthias Suhr
(1963)**
Direktor EuroAirport
Basel-Mulhouse-Freiburg



**Raphael Wyniger
(1975)**
Inhaber Wyniger Gruppe,
Präsident HotellerieSuisse
Basel und Region

Team



Alexandra Auci**
Guided Tours



Maurizia Bätteli
Guest Service



Alexandra Baumann
Finanzen und
Mitgliederwesen



Stefan Bonsels*
Convention
Bureau



Christoph Bosshardt*
Marketing



Josepha Bosshart
PR, Märkte und
Kooperationen



Sarah Bruhin**
Social Media



Laura Cuordileone
PR, Märkte und
Kooperationen



Ramona Debus
Convention
Bureau



Melanie Eckert
PR, Märkte und
Kooperationen



Letizia Elia*
Direktorin



Michelangelo Faralli
Tourist Information



Vera Flückiger
Corporate
Communications



Francesca Gasser
Guest Service



Nicolas Gelzer
Guided Tours



Seraina Haberthür
Guided Tours



Silvio Iacconi**
Digital Transformation
und Online Marketing



Charlene Kaufmann
Guest Service



Simone Krähenbühl
Guest Service



Barbara Lustenberger
Guided Tours

* Abteilungsleitung | ** Teamleitung | Stand März 2023



Stefanie Lutz
Auszubildende



Diana Maasberg
Tourist Information



Danilo Maccauso*
Finanzen, HR
und Logistik



Alessandro Mariano**
Tourist Information



Natascha Martin
PR, Märkte und
Kooperationen



David Meistertzheim**
Logistik



Youdon Memmishofer
Social Media und
Online Marketing



Johanna Miethke
Convention
Bureau



Nathalie Misteli
Guided Tours



Nina Mitteregger
PR, Märkte und
Business Development



Ann Müller*
Corporate &
Business Development



Rosetta Negro
Tourist Information



Daia Nett
Guest Service



Susanne Pfefferle
Convention
Bureau



Michaela Popp**
Guest Service



Frédéric Pothier*
Visitor Service



Dieter Reichhart
Logistik



Christina Rentsch
Guest Service



Isidora Rudolph
PR, Märkte und
Kooperationen



Barbara Rüesch
Tourist Information



Zoé Schürch
Corporate und
Business Development



Stefanie Tat
Guided Tours



Sina Thüring
Social Media und
Online Marketing



Madeleine Umbricht
Tourist Information

Applaus für unsere Guides

Sie generieren circa 100 000 Gästekontakte pro Jahr und präsentieren als Botschafterinnen und Botschafter Basels die zahlreichen wunderbaren Facetten unserer Stadt auf eindrucksvolle Weise:

Herzlichen Dank an unsere Guides, Schauspieler und Hostessen.

Abele Isabelle	Götz Margrit	Lüder George	Schweizer Nina
Bao Liqin	Gröflin-Erath Saskja	Lüdi Dominique	Senn Marianne
Benguerel Philippe	Haak Laura	Lütscher Barbara	Siegrist Bettina
Bonny Fatima	Horisberger Tanja	Maasberg Diana	Sikemeier Sabine
Boos Daniel	Jantz Salomé	Mané Yvonne	Sprenger Denise
Breisch Caroline	Joerin Beatrice	Markovic Laura	Suter Rudolf
Bröckelmann David	Kasperek Jasmin	Martin Elsa	Tschopp Béa
Brooke Maria Luisa	Kempter Rachel	Müller Immanuel	van Dijk Rebekka
Cameron Karin	Koch Hui	Negro Rosetta	Vaudaux Jeanne
Chen Yawen	Krähenbühl Liliane	Neumann Wigand	Vincenzi Ascension
Chevalley Monique	Laube Brigitta	Papa Susanna	Wamister Madeleine
Debus Gabriele	Lee Hsiao-Yun	Pfaff Doris	Wang Bei
Delarue Nicole	Lenherr Enza	Pizzolante Filomena	Weber Sandra
Döbelin Elsbeth	Leuenberger Laura	Polfer Regine	Wehrmüller Danny
Duperrex Micheline	Lin Chiajung	Reichmuth Hugo	Willi-Wu Yu Mei
Flammer Irene	Lippuner Beatrice	Roos Irina	Winzenried Nadia
Fonjallaz Anne	Liu Chenxi	Rudolf-Mori Hanako	Wipf Ria
Frei Jacqueline	Liu Ries Yi-Fan	Rumpel Sabine	Wu Lin
Gay Béatrice	Loi Su Lui	Sarasin-Forester Esme	Zhang Tong
Geldof Odette	Loo Saw Foon	Schaffhauser Patrizia	Ziegler Josianne

Vielen Dank für Ihre grosse Unterstützung

This is Basel. Mit dieser Botschaft vermarktet Basel Tourismus das touristische Angebot unserer Stadt und setzt all seine überraschenden Facetten in Szene. Mit unseren Verkaufs-, PR- und Marketing-Aktivitäten sorgen wir dafür, dass Basel mit seinem besonderen Flair bis weit über die Landesgrenzen bekannt wird. Ob Privatperson, Unternehmen, Hotel oder Gastrobetrieb, jedes einzelne Mitglied hilft uns dabei, dieses Ziel zu erreichen. Wir bedanken uns herzlich bei unseren Mitgliedern für ihre Unterstützung und ihre Treue zu unserem Verein.

Da wir hier leider nicht alle Mitglieder und Gönner namentlich aufführen können, beschränken wir uns auf Kollektivmitglieder.

Herzlichen Dank an unsere Mitglieder und Gönner.

Ab CHF 1000

- Gebäudeversicherung Kanton Basel-Stadt
- Europa-Park GmbH & Co Mack KG
- Birkhäuser + GBC AG
- Genossenschaft Migros Basel
- aquabasilea AG
- Basler Versicherung AG
- Dreyfuss Soehne & Cie. AG
- Lonza AG
- Oris SA

Ab CHF 3000

- Basler Kantonalbank
- Airport Casino Basel AG
- MCH Group AG
- UBS Switzerland AG
- Novartis International AG
- F. Hoffmann-La Roche AG

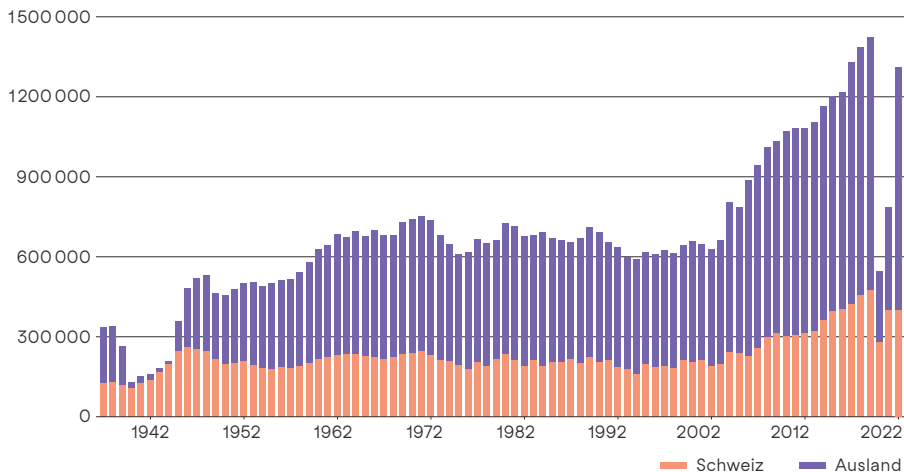
Sie stehen an Messen sowie bei Grossveranstaltungen den Gästen mit Rat und Tat zur Seite und schaffen somit einen einzigartigen Welcome-Service für die Besucherinnen und Besucher unserer Stadt:

Herzlichen Dank an unsere ehrenamtlichen Flying Concierges.

Bader Felix	Fischer Irene	Matti Michael	Schlecht Günther
Benkler Christoph	Gebhard Käthi	Mosimann Markus	Schüpbach Salome
Binder Arnold	Glauser Esther	Müller Liliane	Sinniger Alekko
Blank Diana	Hartmann Wally	Müller-Roth Anne	Stalder Doris
Bornhauser Felix	Holtorf Anke	Rubin-Liu Lixia	Studer Melissa
Demierre Schlaeppi Anne	Horat Annamarie	Sandoz Claudine	Tschäppeler Sibylle
Dunning Jenny	Lauber Doris	Sangiovanni Silvia	

Statistik 2022

Logiernächteentwicklung seit 1937



Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen seit 2018

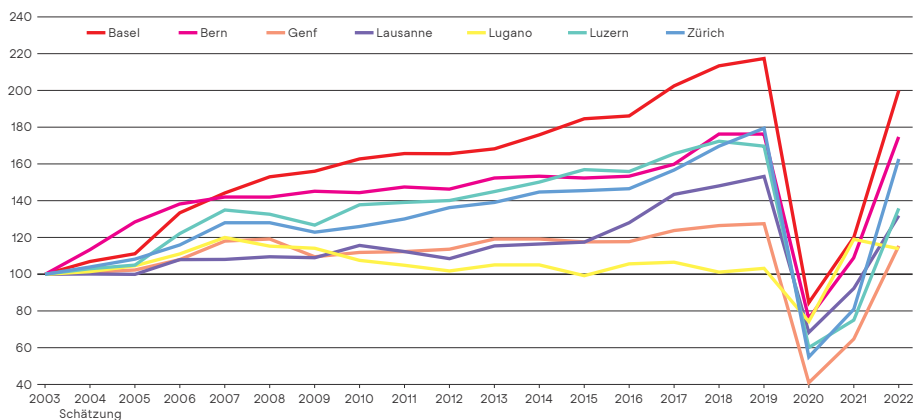
	2018	2019	2020	2021	2022
Logiernächte Basel-Stadt (ohne Airbnb)	1386 499	1423 486	545 906	784 607	1301107
Airbnb-Logiernächte*	18 453	105 982	37 376	56 019	88 761
Über BT gebuchte Logiernächte	15 354	13 941	3073	9141	12 987
Verkaufte Pauschalen	1564	2697	1381	625	1511
Beantwortete Anrufe und E-Mails	27 378	30 261	21 585	17 459	30 348
Besucherfrequenz Tourist Information	190 678	168 795	25 314	30 317	66 247
Selbst erwirtschaftete Erträge in CHF	2 265 001	2 374 136	1 371 212	1 719 733	2 226 640
Anzahl privater Gruppenführungen	3783	4141	663	1511	3305
Marketing Cash-out in CHF	2 585 932	2 568 361	1 914 487	2 478 953	3 487 016
DB Führungen in CHF	407 598	491 513	94 251	119 018	434 183
DB Souvenirkauf in CHF	252 498	280 237	104 543	120 337	173 288

* Seit dem 1. September 2018 besteht ein Vertrag zwischen der Zentrale von Airbnb in Berlin und dem Amt für Wirtschaft und Arbeit zur Ablieferung der Gasttaxen.

Indizierte Logiernächteentwicklung im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

Hotelübernachtungen CH-7

(Indexiert: 2003 = 100)



Quelle: Zürich Tourismus

Logiernächteentwicklung Basels im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

	2018	2019	2020	2021	2022
Basel*	1386499	1423486	545906	784607	1301107
Bern	833025	829306	356038	511474	820916
Genf	2158493	2182411	708755	1102356	2006611
Lausanne	957041	989353	443045	597123	857058
Lugano	500448	509355	367102	587979	563584
Luzern	1399288	1382980	484891	619486	1099435
Zürich	3447702	3626086	1117197	1650531	3284911

* inkl. Bettingen und Riehen

Quelle: Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik

Statistik 2022

Top-Quellmärkte im Vergleich zu 2012

Rang Index	Herkunftsland (2012 = 100)	Logiernächte 2022	Logiernächte 2012	Marktanteil 2022	Logiernächte-entwicklung	Logiernächte-entwicklung in %
1	Schweiz	536 630	313 411	41,2 %	223 219	71,2 %
2	Deutschland	179 918	178 209	13,8 %	1709	1 %
3	USA	117 500	110 196	9 %	7304	6,6 %
4	Grossbritannien	66 875	81 158	5,1 %	-14 283	-17,6 %
5	Frankreich	49 783	50 822	3,8 %	-1039	-2 %
6	Italien	38 578	41 736	3 %	-3158	-7,6 %
7	Niederlande	38 485	27 068	3 %	11 417	42,2 %
8	Spanien	29 751	21 644	2,3 %	8107	37,5 %
9	Belgien	17 296	15 249	1,3 %	2047	13,4 %
10	Österreich	14 084	13 655	1,1 %	429	3,1 %
11	Indien	12 002	14 735	0,9 %	-2733	-18,5 %
12	Kanada	11 339	11 333	0,9 %	6	0,1 %
13	Polen	9315	6939	0,7 %	2376	34,2 %
14	Rumänien	9151	3338	0,7 %	5813	174,1 %
15	Portugal	8444	4138	0,6 %	4306	104,1 %
16	Dänemark	8293	7783	0,6 %	510	6,6 %
17	Türkei	7331	6708	0,6 %	623	9,3 %
18	Irland (Eire)	7186	4560	0,6 %	2626	57,6 %
19	Brasilien	6413	12 441	0,5 %	-6028	-48,5 %
20	Ungarn	5659	4476	0,4 %	1183	26,4 %
21	China (ohne Hongkong)	4798	12 069	0,4 %	-7271	-60,2 %
22	Tschechische Republik	3645	3939	0,3 %	-294	-7,5 %
23	Russland	3331	12 852	0,3 %	-9521	-74,1 %
24	Übrige	115 300	123 448	8,9 %	-8148	-6,6 %
Total		1301107	1081907	100 %	219 200	20,3 %

Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt



Basel Tourismus wird das Kulturmarketing sowie die Kooperationen mit grossen Museen 2023 weiter intensivieren.

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus

Gestaltung: Basel Tourismus / kreisvier communications AG

Druck: bc medien ag

Titelseite: Novartis Pavillon, © Novartis, BIONDOPICTURES

Basel Tourismus

CH-4010 Basel

Tel. +41 61 268 68 68

info@basel.com

www.basel.com

[#thisisbasel](https://www.instagram.com/thisisbasel)
