

Jahresbericht 2023



Editorial	3
Rolle Basel Tourismus	4
Kennzahlen	5
Marketing	6
Business Development	8
Visitor Service	10
Convention Bureau	12
Finance & Services	14
Bilanz per 31.12.2023	16
Erfolgsrechnung 2023	17
Anhang Jahresrechnung	18
Revisionsbericht	19
Strategie 2024–2027	20
Nachhaltigkeitsstrategie	21
Organigramm	22
Vorstand	23
Team	24
Applaus für unsere	
Guides & Flying Concierges	26
Statistik 2023	28

Editorial



Dr. Carlo Conti
Präsident



Letizia Elia
CEO

Die Logiernächte in Basel entwickelten sich im Jahr 2023 erneut positiv. Erfreulicherweise konnte Basel sogar 3,6 % mehr Übernachtungsgäste als im Rekordjahr 2019 verzeichnen. Das wachsende Image als Freizeitdestination und mehrere erfolgreiche Kongresse haben dazu beigetragen, dass zahlreiche Gäste aus dem In- und Ausland in Basel übernachtet haben.

Die Zusammensetzung der Gäste hat sich in den letzten Jahren verändert. Der individuelle Geschäftstourismus und das Segment Messe haben an Bedeutung verloren. In den kommenden Jahren liegt der Fokus klar auf dem Freizeit- und Kongresstourismus. Die beiden Segmente sind keine Selbstläufer und müssen gezielt und intensiv von Basel Tourismus bearbeitet werden.

Aufgrund der erhöhten Anzahl an Hotelzimmern ist die Zimmerauslastung bei gestiegener Gästezahl im Vergleich zu 2019 gesunken. Um eine attraktive Messe- und Kongressdestination zu bleiben, sind die heute bestehenden Hotelkapazitäten Voraussetzung. Basel Tourismus hat eine neue Strategie definiert, um die prosperierende Zukunft der Destination Basel zu sichern. Für die kommenden Jahre haben wir eine klare Vision: Basel ist auf der Bucket-List von kunst- und architekturaffinen Individualreisenden und gilt als erfrischende Gegenpositionierung zum Massentourismus.

Highlights im Jahr 2023 waren die kreative Imagekampagne «Länger bleiben lohnt sich», die Implementierung des AI-Concierge Theo, die Einreichung von stolzen 30 Kongressbewerbungen und die Initiative «I'm part of it» zur Stärkung der Willkommenskultur während der Art Basel.

Unserem Jahresbericht können Sie weitere Informationen zu unseren Aktivitäten 2023 entnehmen. Ein grosses Dankeschön gilt dem engagierten Team von Basel Tourismus, das sich täglich für den Erfolg unserer Destination einsetzt.

Dr. Carlo Conti
Präsident

Letizia Elia
Direktorin

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

Rolle Basel Tourismus

Als privatrechtlich organisierter Verein bezweckt Basel Tourismus in enger Zusammenarbeit mit den Behörden, den touristischen Partnern und weiteren interessierten Kreisen die Förderung des Tourismus für die Stadt Basel und ihre Umgebung. Basel Tourismus positioniert und vermarktet Basel als Freizeit- und Kongressdestination, basierend auf den Kernstärken. Gäste werden inspiriert und informiert und die Destination Basel wird nachhaltig weiterentwickelt.



Kennzahlen



1 474 975

+13,4 %

Logiernächte
in Basel



3 887 637

-3,4 %

Sitzungen auf
basel.com



296

+21,8 %

Betreute
Medienschaffende



74 265

+12,1 %

Besucherinnen
und Besucher der
Tourist Information



5249

+5,1 %

Auskünfte der
Flying Concierges



9078

+24,5 %

Teilnehmende an
öffentlichen Rundgängen



4

-60 %

Kongress-
zuschläge



181 357

+2,6 %

Facebook-
Followerinnen
und -Follower



103 536

+30,8 %

Instagram-
Followerinnen
und -Follower



439

+32,6 %

Verkaufsgespräche
mit Reiseveranstaltern



985

-34,8 %

Verkaufte
Pauschalen

Die Prozentzahlen
stellen die Abweichung
zum Berichtsjahr 2022 dar.



Fünf kurze Clips der Imagekampagne «Länger bleiben lohnt sich» zeigten erfrischend auf, was Basel alles zu bieten hat.



«Die Stadt Basel erfreut sich bei den Freizeittouristinnen und -touristen zunehmender Beliebtheit. Das gesamte Marketingteam arbeitet mit grossem Engagement daran, dieses wichtige Gästesegment weiter zu fördern und den Erfolg zu bestätigen. Ich bin in meiner neuen Position hochmotiviert, im Jahr 2024 an den Fortschritt vom letzten Jahr anzuknüpfen.»

Dominic Stöcklin, Leiter Marketing

Marketing	2020	2021	2022	2023
Anzahl betreute Studienreisen	7	8	7	9
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	435	325	331	439
Anzahl betreute Medienschaffende	71	108	243	296
Sitzungen Website	1 991 658	2 889 477	4 026 213	3 887 637
Newsletter-Abonnentinnen und -Abonnenten	20 981	25 258	30 201	43 342
Facebook-Followerinnen und -Follower	176 124	175 292	176 789	181 357
Instagram-Followerinnen und -Follower	55 599	67 164	79 185	103 536

Marketing

Das Jahr 2023 war wiederum reich an Marketingaktivitäten und Highlights. Mit rund 300 betreuten Medienschaffenden konnten wir einen neuen Rekord verzeichnen. Einen Spitzenwert erreichten wir auch auf unserem Instagram-Kanal. Stolz 100 000 Followerinnen und Follower möchten sich dort mittlerweile über das Geschehen in unserer Stadt informieren.

Originelle Kampagnen

Im Rahmen der kreativen Imagekampagne «Länger bleiben lohnt sich» wurde mit 15-sekündigen Filmclips die Angebotsvielfalt der Stadt auf erfrischende Weise potenziellen Gästen nähergebracht. Ausgezeichnet wurde die kreative Umsetzung mit einem Platz auf der Shortlist des Edi Awards. Zusammen mit anderen Schweizer Städten war Basel zudem Teil der Städtekampagne «Summer in the City» von Schweiz Tourismus. Dabei wurde auf die hohe Wasserqualität des Landes aufmerksam gemacht.

Kulturstadt Basel goes Berlin

Im Mai 2023 organisierte Basel Tourismus erstmals einen Medienevent in exklusiver Form, bei dem sechs Basler Kulturinstitutionen in der Schweizerischen Botschaft ihre Highlights rund 30 Medienschaffenden präsentieren konnten.

Hohe Präsenz an Kunstmessen

Während der Art Basel durften wir neun Journalistinnen und Journalisten sowie Influencerinnen und Influencer bei uns in Basel begrüßen. Parallel erreichten wir mit einer grossen Influencer-Kampagne rund 2,2 Mio. Followerinnen und Follower. Erstmals nahmen wir im

letzten Jahr an der Affordable Art Fair Amsterdam und an der Art Cologne teil. Weiter durften wir unsere Stadt an der Art Karlsruhe, der Art Fair Paris sowie im Salon Suisse in Miami Beach anlässlich der Art Basel Miami repräsentieren.

Digitale Weiterentwicklung

Mit der Implementierung der Data-Warehouse-Infrastruktur und einer State-of-the-Art-Business-Intelligence-Lösung hat Basel Tourismus einen wichtigen Schritt in der digitalen Transformation gemacht. Die Webseite basel.com konnte auch im letzten Jahr zahlreiche Userinnen und User bei ihrer Inspirations- und Informationssuche unterstützen und Buchungen generieren. Der Fokus wurde auf eine noch höhere Qualität des Traffics gelegt.

Weitere Highlights

Basel Tourismus ist seit letztem Juli auch auf TikTok unterwegs und hat mit einem Video über das beliebte Rheinschwimmen beeindruckende 579 502 Views erzielen können. Neu bringen im Podcast «This is Basel» Selma Alihodžić und Sophie Mercedes Lardon in originellen und tiefgründigen Gesprächen die Kunst- und Architekturlandschaft Basels näher.

Business Development

Um die Unternehmensentwicklung und die Weiterentwicklung der Angebote von Basel Tourismus sicherzustellen, wurde im Jahr 2023 der neue Geschäftsbereich Corporate & Business Development aufgebaut.

Unternehmensentwicklung

In einem kollaborativen Prozess haben wir Unternehmenswerte, die zum Aufbau einer teamorientierten und vertrauensbasierten WIR-Kultur beitragen, definiert.

Intensivierung der Partnerschaften

Partnerschaften sind uns wichtig, da sie die Grundlage für die Stärkung unserer Destination bilden. Ein wesentlicher Anlass zur Intensivierung dieser Kooperationen ist unser jährlich stattfindender Partnertag. Am Partnertag 2023, der stolze 147 Teilnehmende zählte, nahmen zusätzlich zu den Hotels erstmals auch Restaurant- und Kulturbetriebe teil.

Stärkung der Willkommenskultur

Im Rahmen der Art Basel haben wir uns mit der Initiative «I'm part of it» stark für die Optimierung der Willkommenskultur eingesetzt. Alle Massnahmen dieser Gastfreundlichkeitsinitiative – darunter attraktive Infopoints am Flughafen und an den Bahnhöfen, Willkommensgeschenke für Hotelgäste und die Lancierung der Charta für Gastronomie und Hotellerie – hatten zum Ziel, die Art Basel in der ganzen Stadt stärker sichtbar, spürbar und erlebbar zu machen.

Produktentwicklung und neue Initiativen

Die BaselCard wirkt sich positiv auf das Gästelerlebnis aus – dies zeigt auch die Gästebefragung. Im vergangenen Jahr haben wir die BaselCard weiterentwickelt. Beispielsweise wurde eine Schnittstelle zu einem Kassensystem implementiert, um den Verkauf von Museumstickets über unsere Plattform zu ermöglichen und damit den digitalen Buchungsprozess voranzutreiben. Darüber hinaus wurde das Angebot durch die Gewinnung von zwei neuen Partnern ausgebaut.

Zahlreiche Erlebnisse wurden gänzlich neu ins Leben gerufen. Im Rahmen der «Fountain Dip»-Kampagne von Schweiz Tourismus wurde der Zschokke-Brunnen zu einem unverzichtbaren Sommerhighlight. An sechs Freitagen im Juli und August sorgten Brunnen-Aktivitäten, Food-Angebote und eine Konzertbühne mit Live-Musik für ein unvergessliches Erlebnis. Ein Winterhighlight waren unsere Zauberhöfe. 18 Basler Innenhöfe verwandelten sich in der Adventszeit in festlich dekorierte, besinnliche Weihnachtsoasen.

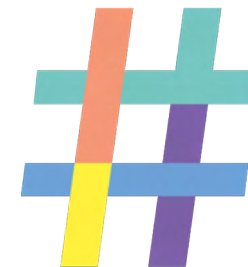


Die Zauberhöfe luden Gäste sowie Einheimische dazu ein, die Adventszeit stressfrei und in magischer Atmosphäre zu geniessen.



«Unternehmenswerte sind die Grundlage für die Kultur und das Verhalten in einem Unternehmen. Daher haben wir im letzten Jahr bei Basel Tourismus Werte für ein gutes Miteinander definiert.»

Ann Müller, Leiterin Corporate & Business Development



**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.

#vorüsdängge

Wir freuen uns auf die Zukunft und bleiben immer am Puls der Zeit.



Ein weiterer Schritt in die Nachhaltigkeit: die ressourcenschonend hergestellte «This is Basel»-Trinkflasche.



«Über 231 000 Besucherinnen und Besucher haben sich im vergangenen Jahr in unserer Tourist Information inspirieren und über 74 000 persönlich beraten lassen. Besonders freut es uns, dass das Team der Tourist Information wieder mit Bestnote bei externen Qualitätskontrollen ausgezeichnet wurde.»

Frédéric Pothier, Leiter Visitor Service

Visitor Service	2020	2021	2022	2023
Besuchfrequenz Tourist Information	25 314	30 317	66 247	74 265
Beantwortete Anrufe und E-Mails	21 585	19 099	30 348	26 463
Umsatz Warenhandel / Dienstleistungen (CHF)	616 228	488 746	761 559	883 239
Teilnehmende an öffentlichen Rundgängen	3118	3144	7289	9078
Anzahl privater Gruppenführungen	663	1511	3305	3833
Verkaufte Pauschalen	1381	625	1511	985

Visitor Service

Im Bereich Visitor Service mit den Abteilungen Tourist Information, Stadtführungen und Guest Service sind wir mit Feuereifer dabei, das «Basel Erlebnis» für unsere Gäste zu verbessern und mit neuen Produkten zu überraschen – und dies entlang der kompletten Customer-Journey, sei es in der Reisevorbereitungsphase des Gastes, bei der Anreise oder selbstverständlich direkt vor Ort.

Neue Produkte

2023 konnten wir verschiedene neue Produkte und Dienstleistungen lancieren und eine deutliche Zunahme der Gästefrequenzen und Besucherzahlen verzeichnen. Wir bieten neu Architekturführungen auf dem Novartis Campus an, haben zum Thema Urban Street-Art einen Rundgang und eine Schnitzeljagd durch die Stadt konzipiert und im vergangenen Sommer die beliebten und stets ausverkauften Rundfahrten im Oldtimertram angeboten. Darüber hinaus haben wir einen Wickelfischverleih in unserer Tourist Information eingeführt und während des herrlichen Basler Sommers 800 Wickelfische an unsere internationalen Gäste verliehen.

Künstliche Intelligenz im Bereich der Gästeberatung

Im Jahr 2023 lancierten wir unseren digitalen Concierge Theo und setzen somit erstmals künstliche Intelligenz im Bereich der Gästeberatung ein. Tag und Nacht ist Theo über unsere Webseite via Chatfunktion erreichbar und berät unsere Gäste in sämtlichen Sprachen und stets mit viel Charme.

Erlebte Nachhaltigkeit

Im Bereich Nachhaltigkeit haben wir im vergangenen Jahr im Rahmen der Wasserkampagne mit Schweiz Tourismus etwas ganz Besonderes lanciert: Unsere Gäste erhalten bei der Teilnahme am öffentlichen Stadtrundgang als Give-away eine ressourcenschonend hergestellte Trinkflasche. Bei der Übergabe nutzen wir die Gelegenheit, auf die über 200 Brunnen im öffentlichen Raum in Basel hinzuweisen, an denen sich unsere Gäste mit köstlichem Trinkwasser erfrischen können – ganz zur Überraschung vieler ausländischer Besucherinnen und Besucher.

Auch sonst gaben wir unseren Gästen – beispielsweise via basel.com – verstärkt Tipps und Tricks mit auf den Weg, wie sie Basel nachhaltig erleben oder ihren Aufenthalt nachhaltig gestalten können. Eines dieser umweltfreundlichen Angebote ist das Guest Bike, das auch im letzten Jahr sehr beliebt war.

Convention Bureau

Unsere Stärken sind die gute Erreichbarkeit dank der zentralen Lage in Europa, die kurzen Wege innerhalb der Stadt, das kostenfreie ÖV-Angebot mit der BaselCard und noch viele mehr. Dies bestätigen Kongressteilnehmende, die unter der Leitung des Statistischen Amts Basel-Stadt befragt wurden.

Positive Umfragewerte

Insgesamt nahmen 667 internationale Kongressgäste an den Umfragen teil und gaben uns wertvolle Aufschlüsse für die Weiterentwicklung der Kongressdestination. Auf der nächsten Seite finden Sie einige Auszüge der Ergebnisse.*

Zukünftig möchten wir weitere Akzente in den Bereichen Nachhaltigkeit und Legacy setzen. Legacy bedeutet in diesem Zusammenhang, dass der Erfolg eines Kongresses nicht nur an Hotelauslastung und Umsatz gemessen wird, sondern am langfristigen Wertzuwachs für unsere Kongressdestination bzw. die gesamte Gesellschaft.

Noch näher am Geschehen

Die Standortförderung unterstützt ausgewählte Kongresse, um die Innovationslandschaft zu stärken. Dies trägt zur Weiterentwicklung des Kongressstandorts Basel bei. Die Koordinationsstelle des Congress Board Basel wird seit 2023 vom Convention Bureau von Basel Tourismus geführt. Kongresse sind für die touristische Wertschöpfung wichtig. Dank des CBB konnte im letzten Jahr beispielsweise das DIA Europe Meeting mit über 1700 Teilnehmenden gewonnen werden.

Die Kongreshighlights 2023

Im März hatten wir zwei Highlights zu Gast in Basel – und das in derselben Woche. Sowohl die BIO Europe Spring, der mit 3000 Teilnehmenden europaweit grösste Kongress der globalen Biotech-Industrie, als auch das DIA Europe Meeting der lokal ansässigen Drug Information Association liessen die Zimmerauslastung in dieser Woche bis auf 90,6 % steigen – einen Wert, den man sonst nur von der Art-Basel-Woche kennt!

Zu den Leuchtturmanlässen in der Reisemedizinbranche gehört die Konferenz der International Society of Travel Medicine. Hier gilt unser Dank dem «Tropeli», denn ohne dessen Engagement wäre dieses Meeting mit 1200 internationalen Teilnehmenden sicherlich nicht nach Basel gekommen. Und im Dezember 2023 fand in den Räumen des Messe und Congress Centers Basel der weltgrösste Kongress über die tödliche Nervenkrankheit Amyotrophe Lateralsklerose (ALS) statt. 1300 Teilnehmende waren vor Ort.



Basel bietet beste Voraussetzungen für Meetings, Kongresse und andere Events.



«Wir konnten 30 Bewerbungsdossiers einreichen und 4 neue Zuschläge für Basel gewinnen. Um zukünftige Kongresse für Basel zu gewinnen, haben wir an 18 Messen und Verkaufsplattformen Kontakte geknüpft, und die Vorzüge der Kongressdestination Basel kommuniziert!» **Stefan Bonsels, Leiter Convention Bureau**

Convention Bureau	2020	2021	2022	2023
Eingereichte Kongressbewerbungen	25	18	15	30
Kongresszuschläge	7	10	10	4

* Ergebnisse Umfrage unter Kongressteilnehmenden.

95,7 %
empfinden Basel
als attraktive
Kongressstadt.

BSL
93,7 %
beurteilen die Erreich-
barkeit Basels als gut.

94 %
haben sich
in Basel
wohl gefühlt.

88,9 %
stimmen unserem Slogan
«Stadt der kurzen Wege» zu.

89,4 %
erachten das
ÖV-Angebot der
Stadt als attraktiv.

Finance & Services

Die Touristinnen und Touristen kehren wieder vermehrt nach Basel zurück – mit erfreulichen Folgen.

Neuer Rekord bei Logiernächten

Mit einer Rekordzahl von insgesamt 1 474 975 Übernachtungen in den Hotels dürfen wir stolz auf das vergangene Jahr zurückblicken. Diese Zunahme bei den Logiernächten hat zur Folge, dass die Einnahmen aus den Gasttaxen auf CHF 4 482 000 angestiegen sind. Dies entspricht einem Wachstum von 11,4 % (CHF 459 000) im Vergleich zum Vorjahreswert von CHF 4 023 000.

Mit den Übernachtungszahlen hat sich auch Basel Tourismus von den Folgen der Pandemie erholt, was entsprechend zu einer Stärkung der Organisation führte.

Anstieg der BaselCard-Nutzung

Dank der Zunahme des Freizeittourismus erfreut sich die BaselCard einer stetig wachsenden und regen Nutzung. Dies spiegelt sich in den Zahlen wider. Im vergangenen Berichtsjahr stiegen die Vergütungen an Museen und Partner um etwa 8,1% an.

Abwechslungsreiche Mitgliederevents 2023

Im Jahr 2023 konnten wir zehn spannende Events durchführen, darunter eine Führung im Claraspital, eine Tour du Casino durch die illustren Räumlichkeiten des Grand Casino Basel und eine Stadionführung durch den St. Jakob-Park mit der FCB-Legende Karl Odermatt. Während der Adventszeit lud das Grand Hotel Les Trois Rois zu einer exklusiven Hausführung ein, gefolgt von Glühwein auf der Terrasse des Cheval Blanc.



Bei einer exklusiven Hausführung erfuhren Interessierte alles Wissenswerte über das geschichtsträchtige Grand Hotel Les Trois Rois.



«Im Jahr 2023 konnten wir so viele Übernachtungen wie noch nie verzeichnen. Die Anzahl an Übernachtungsgästen liegt sogar über dem Rekordjahr 2019. Dank der positiven Entwicklung konnten wir die Organisation wieder auf das Niveau von vor der Pandemie ausbauen und neue Mitarbeitende in unseren Reihen begrüßen.»

David Alkan-Lanz, Leiter Finance & Services

Mitgliederwesen / Gasttaxenbeiträge	2020	2021	2022	2023
Mitgliederbeiträge (CHF)	315 869	295 812	286 177	299 498
Mitgliederbestand am 31.12.	1251	1164	1124	1090
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	105	95	87	101
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	171	167	165	175
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	681	626	598	575
Anzahl übrige Mitglieder per 31.12.	294	276	274	239
Gasttaxen Hotels (Anteil BT in CHF)*	1 405 879	2 061 069	3 766 257	4 213 978
Gasttaxen Airbnb (Anteil BT in CHF)*	106 505	161 895	256 519	267 796

* 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 31.12.2023

Aktiven	31.12.2023 in CHF	31.12.2022 in CHF
Flüssige Mittel	1 242 182	1 938 391
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	391 309	285 838
./. Delkredere	-25 000	-25 000
Übrige kurzfristige Forderungen	10 000	495 399
Kurzfristige Finanzanlagen	1 000 000	-
Vorräte	64 219	116 427
Aktive Rechnungsabgrenzung	478 760	718 609
Umlaufvermögen	3 161 471	3 529 664
Maschinen / Apparate	1	1
Mobilien	1	1
Umszug	1	1
EDV-Anlagen	1	1
Sachanlagen	4	4
IRS / Internet	1	1
Immaterielle Werte	1	1
Anlagevermögen	5	5
Total Aktiven	3 161 476	3 529 669

Passiven		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	479 866	338 598
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	128 326	15 807
Passive Rechnungsabgrenzung	519 794	892 172
Kurzfristiges Fremdkapital	1 127 987	1 246 577
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	151 656	135 852
Rückstellungen langfristig	300 000	300 000
Langfristiges Fremdkapital	451 656	435 852
Fremdkapital	1 579 643	1 682 429
Eigenkapital		
Allgemeiner freier Fonds	448 300	936 600
Rücklagen aus Staatsbeiträgen	418 300	-
Zweckgebundener Fonds für Gasttaxen	531 700	728 700
Fondskapital	1 398 300	1 665 300
Vereinskapital	159 434	159 434
Freies Kapital	24 099	22 507
Vereinskapital	183 532	181 941
Eigenkapital	1 581 832	1 847 241
Total Passiven	3 161 476	3 529 669

Erfolgsrechnung 2023

	2023 in CHF	2022 in CHF
Führungen und Ausflüge	1 516 142	1 244 760
Guest Service	621 830	1 003 309
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	883 239	761 559
Marketing / PR	874 456	825 319
Übriger Ertrag	33 801	23 049
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	3 929 469	3 857 995
Staatsbeiträge	2 600 000	3 100 000
Gasttaxen	4 481 774	4 022 776
Mitgliederbeiträge	299 498	286 177
Ertrag aus Beiträgen	7 381 273	7 408 953
Betrieblicher Ertrag	11 310 741	11 266 948
Führungen und Ausflüge	-253 994	-184 143
Guest Service	-347 897	-509 347
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	-691 973	-588 270
BaselCard	-799 039	-738 851
Marketing / PR	-3 508 177	-3 487 016
Übriger Aufwand	-18 313	-9 339
Material- und Dienstleistungsaufwand	-5 619 392	-5 516 966
Personalaufwand	-5 032 367	-4 122 612
Mietaufwand	-346 834	-348 932
Büro- und Verwaltungsaufwand	-525 805	-461 566
Aufwand Verein	-75 592	-68 876
Abschreibungen	-27 430	-41 554
Betriebsaufwand	-6 008 029	-5 043 539
Finanzaufwand	-2 426	-9 885
Finanzertrag	20	103
Finanzergebnis	-2 406	-9 782
Betriebsergebnis	-319 086	696 661
Betriebsfremder Ertrag	560	12 200
Periodenfremder Aufwand	0	-94 763
Periodenfremder Ertrag	53 118	152 526
Jahresergebnis	-265 408	766 624
Äufnung Fondskapital	0	-765 000
Überschuss aus Staatsbeiträgen	0	0
Auflösung Rücklagen aus Staatsbeiträgen	50 000	0
Fondsverwendung aus Gasttaxen	197 000	0
Auflösung Allgemeiner freier Fonds	20 000	0
Äufnung Freies Kapital	-1 592	-1 624
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	2023	2022
Triumph-Adler AG Druckerleasing	36 521	42 966
Fester Mietvertrag Bürogebäude und Tourist Information bis 31.3.2027	924 642	1 223 549

Fondskapital

Bezugnehmend auf den Staatsbeitragsvertrag von Basel Tourismus wurde nach Rücksprache mit dem Amt für Wirtschaft und Arbeit (Basel-Stadt) beschlossen, den allgemein freien Fonds von Basel Tourismus rückwirkend auf den 1. Januar 2023 getrennt auszuweisen. Die Aufteilung des bisherigen allgemeinen freien Fonds erfolgte zu 50 % in die Rücklagen aus Staatsbeiträgen. Der zweckgebundene Fonds für Gasttaxen wird weiterhin gesondert und separat ausgewiesen.

in CHF	2023	2022
Periodenfremder Aufwand / Ertrag	53 118	57 763

Im Berichtsjahr handelt es sich um erhaltene periodenfremde Erträge der Kurzarbeit für die Jahre 2020 bis 2022. Ein Teil wurde bereits im Jahr 2022 und der Rest im Jahr 2023 erhalten. Ebenso im Jahr 2022 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 2023 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 (Seite 16 bis 18)) des Vereins Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2023 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



Joel Gröflin
Zugelassener Revisionsexperte

Basel, 10. April 2024

Strategie 2024–2027

Auf einen Blick

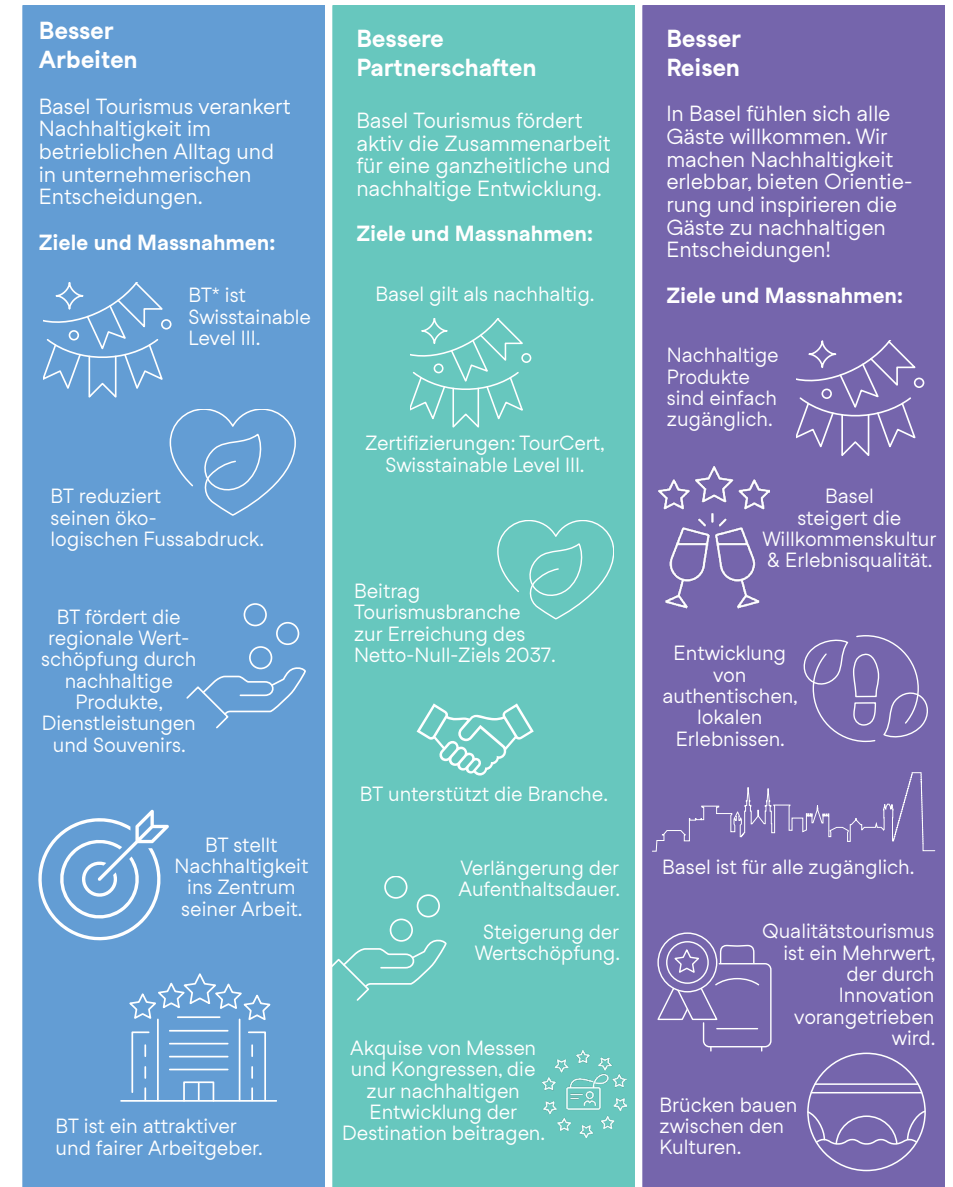
Um Basel als beliebte Freizeitdestination zu positionieren und somit als Magnet für Kongresse und Events zu etablieren, wurde die neue Strategie entwickelt. Basel soll auf die Bucket-List von kunst- und architekturaffinen Individualreisenden gelangen und als erfrischende Gegenpositionierung zum Massentourismus gelten.



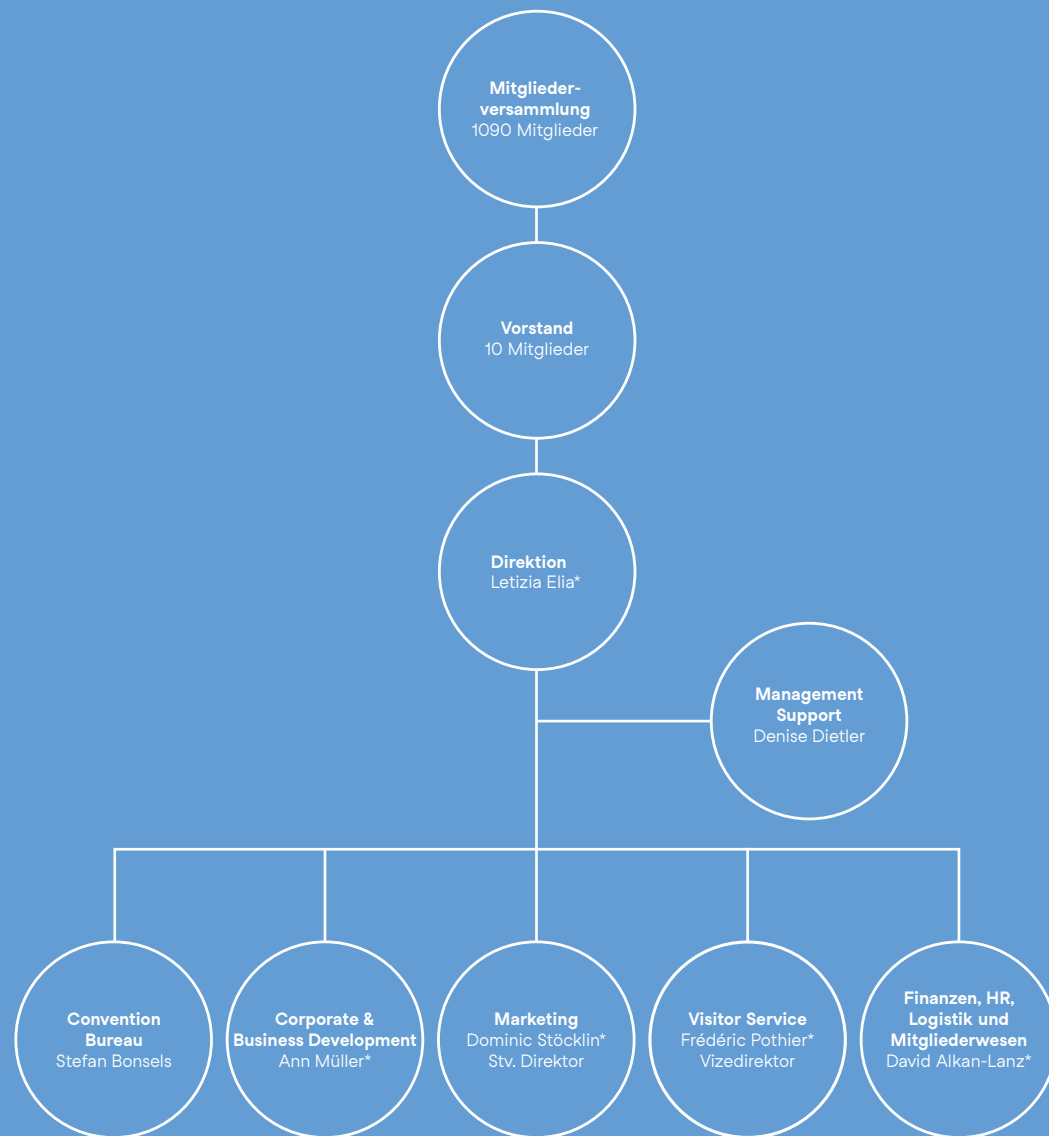
Fest in der Strategie 2024 bis 2027 verankert ist die Nachhaltigkeit. Diese steht bei all unseren Aktivitäten im Fokus und wird zunehmend intensiviert. Unter Nachhaltigkeit verstehen wir unter anderem die Reduzierung des ökologischen Fussabdrucks, die Erlebbarkeit der Nachhaltigkeit sowie die Wertschöpfung innerhalb der Region.

Nachhaltigkeitsstrategie

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



Organigramm



FTE 39.6

* Mitglied der Geschäftsleitung.

Stand März 2024

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 Gemblér
(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



**Martin von Bertrab
(1962)**
CEO BäleHotels
und Vize-Präsident
des Basler Hotelier-Vereins

Stand Berichtsjahr 2023

Team



David Alkan-Lanz*
Finance & Services



Alexandra Auci**
Guided Tours



Alexandra Baumann
Finance & Services



Stefan Bonsels*
Convention Bureau



Valeria Briatico
Manager Sustainability



Josepha Bosshart
Arts & Culture
Marketing



Sarah Bruhin**
Lead Social
Media Marketing



Dominique Chresta
IT System



Laura Cuordileone
Convention Bureau



Ramona Debus
Convention Bureau



Denise Dietler
Management Support



Melanie Eckert
Markets &
Communication



Letizia Elia*
CEO



Michelangelo Faralli
Tourist Information



Vera Flückiger
Corporate
Communications



Francesca Gasser
Guest Service



Maurizia Fux
Guest Service



Nicolas Gelzer
Guided Tours



Seraina Haberthür
Guided Tours



Ivana Hediger
Congress Board



Anuschka Hetzer
Online Marketing &
Social Media



Silvio Iacconi**
Digital
Transformation &
Online Marketing



Charlene Kaufmann
Markets &
Communication



Barbara Lustenberger
Guided Tours



Stefanie Lutz
Trainee



Alessandro Mariano**
Tourist Information



Natascha Martin**
Markets &
Communication



David Meistertzheim**
Logistics



Youdon Memmishofer
Social Media



Nathalie Misteli
Guided Tours



Lars Neyerlin
Digital Transformation &
Analytics



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



Christina Rentsch
Guest Service



Simone Rudin
Guest Service



Isidora Rudolph
Markets &
Communication



Barbara Rüesch
Tourist Information



Salome Ruf
Content Marketing



Milena Steiger
Business Development



Dominic Stöcklin*
Marketing



Elsa Syfrig
Marketing, Corporate &
Business Development



Stefanie Tat
Guided Tours



Sina Thüring
Online Marketing &
Social Media



Madeleine Umbricht
Tourist Information

* Abteilungsleitung. | ** Teamleitung. | Festangestellte Mitarbeitende: Stand März 2024.

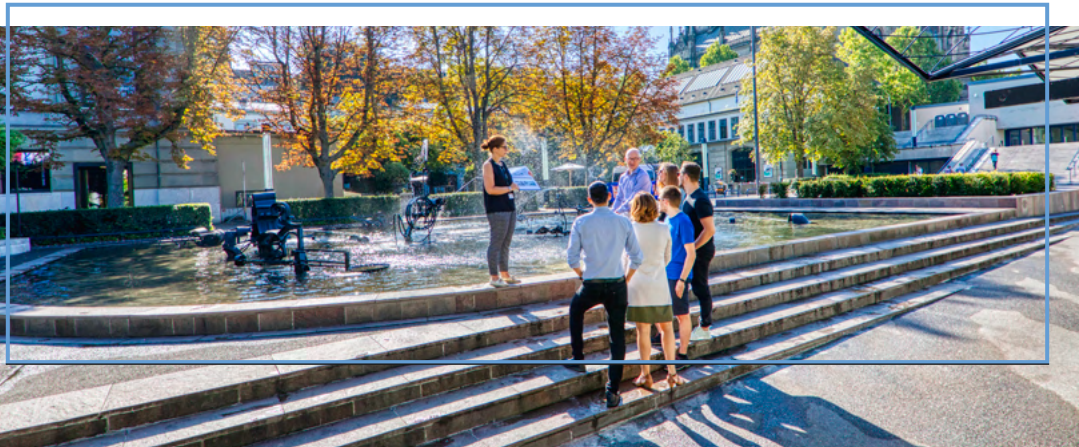
Applaus für unsere Guides

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.

Bao LiQin	Haak Laura	Lütscher Barbara	Siegrist Bettina
Benguerel Philippe	Horisberger Tanja	Maasberg Diana	Sikemeier Sabine
Bonny Fatima	Jantz Salomé	Mäglin Lukas	Sprenger Denise
Breisch Caroline	Joerin Beatrice	Mané Yvonne	Suter Rudolf
Bröckelmann David	Karger Gabriella	Markovic Laura	Tschopp Béa
Brooke Maria Luisa	Kasperek Jasmin	Martin Elsa	van Dijk Rebekka
Büchlin Emanuel	Kempter Rachel	Näf Urs	Vaudaux Jeanne
Cameron Karin	Koch Hui	Negro Rosetta	Vincenzi Ascension
Chen Yawen	Krähenbühl Liliane	Neumann Wigand	Wachsmuth Hinrik
Chevalley Monique	Lachenmeier Daniel	Papa Susanna	Wamister Madeleine
Debus Gabriele	Laube Brigitta	Pfaff Doris	Wang Pei
Delarue Nicole	Lee Joanne	Pizzolante Filomena	Weber Sandra
Döbelin Elsbeth	Lenherr Enza	Polfer Regine	Wehrmüller Danny
Duperrex Micheline	Leuenberger Laura	Popović Tanja	Weiler Claudia
Flach Thomas	Lippuner Beatrice	Reichmuth Hugo	Willi-Wu Yu Mei
Flammer Irene	Littlejohn Emma	Roos Irina	Winzenried Nadia
Fonjallaz Anne	Liu Chenxi	Rudolf-Mori Hanako	Wipf Ria
Frei Jacqueline	Liu Ries Yi-Fan	Rumpel Sabine	Wittich Rolf
Gay Béatrice	Locher Dickinson Sandra	Ryser Marc	Wittpenning Susanne
Geldof Odette	Loi Su Lui	Sarasin Esme	Yarham Maureen Alexandra
Götz Margrit	Loo Saw Foon	Schaffhauser Patrizia	Zhang Tong
Green Frances	Lüder George	Schaffner-Dürst Isabelle	Ziegler Josianne
Gröflin-Erath Saskja	Lüdi Dominique	Senn Marianne	

Stand Dezember 2023



und Flying Concierges

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.

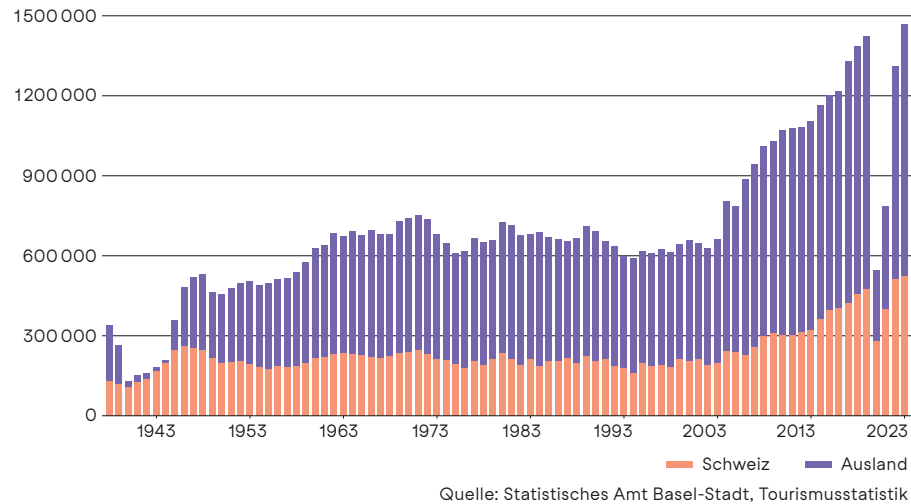
Bader Felix	Gebhard Käthi	Müller Liliane	Sinniger Alekko
Benkler Christoph	Hartmann Wally	Müller-Roth Anne	Stalder Doris
Blank Diana	Holtorf Anke	Rubin-Liu Lixia	Studer Melissa
Bornhauser Felix	Horat Annamarie	Sandoz Claudine	Tschäppeler Sibylle
Demierre Schlaeppi Anne	Lauber Doris	Sangiovanni Silvia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

Stand Dezember 2023



Statistik 2023

Logiernächteentwicklung seit 1938



Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen seit 2019

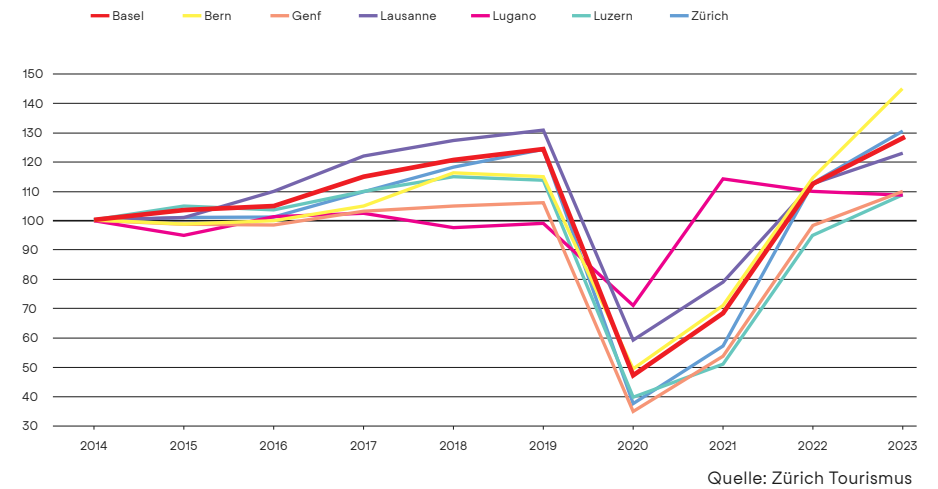
	2019	2020	2021	2022	2023
Logiernächte Basel-Stadt (ohne Airbnb)	1 423 486	545 906	784 607	1 301 107	1 474 975
Airbnb-Logiernächte*	105 982	37 376	56 019	88 761	92 663
Über BT gebuchte Logiernächte	13 941	3 073	9 141	12 987	6 813
Selbst erwirtschaftete Erträge in CHF	2 374 136	1 371 212	1 719 733	2 226 640	2 092 673
Marketing-Cash-out in CHF	2 568 361	1 914 487	2 478 953	3 487 016	3 508 177
DB Führungen in CHF	491 513	94 251	119 018	434 183	419 718
DB Souvenirkauf in CHF	280 237	104 543	120 337	173 288	191 267

* 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.

Indexierte Logiernächteentwicklung im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

Hotelübernachtungen CH-7

(Indexiert: 2014 = 100)



Logiernächteentwicklung Basels im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

	2019	2020	2021	2022	2023
Basel*	1 423 486	545 906	784 607	1 301 107	1 474 975
Bern	829 306	356 038	511 474	820 916	1 044 046
Genf	2 182 411	708 755	1 102 356	2 006 611	2 252 671
Lausanne	989 353	443 045	597 123	857 058	930 443
Lugano	509 355	367 102	587 979	563 584	561 421
Luzern	1 382 980	484 891	619 486	1 099 435	1 328 369
Zürich	3 626 086	1 117 197	1 650 531	3 284 911	3 831 641

* Inkl. Bettingen und Riehen.
Quelle: Zürich Tourismus und Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik

Statistik 2023

Top Quellmärkte im Vergleich zu 2019

Rang Index	Herkunftsland (2019 = 100)	Logiernächte 2023	Logiernächte 2019	Marktanteil 2023	Logiernächte-entwicklung	Logiernächte-entwicklung in %
1	Schweiz	541 147	476 777	36,7 %	64 370	14 %
2	Deutschland	206 091	205 433	14 %	658	0 %
3	Vereinigte Staaten	145 855	142 448	9,9 %	3407	2 %
4	Grossbritannien	88 290	89 254	6 %	-964	-1 %
5	Frankreich	54 279	57 187	3,7 %	-2908	-5 %
6	Italien	44 935	44 035	3 %	900	2 %
7	Niederlande	41 517	32 692	2,8 %	8825	27 %
8	Spanien	35 274	34 040	2,4 %	1234	4 %
9	Belgien	18 775	19 582	1,3 %	-807	-4 %
10	Kanada	17 978	15 062	1,2 %	2916	19 %
11	Indien	17 050	21 913	1,2 %	-4863	-22 %
12	Österreich	15 818	18 117	1,1 %	-2299	-13 %
13	Türkei	15 514	8317	1,1 %	7197	87 %
14	China (ohne Hongkong)	12 667	25 959	0,9 %	-13 292	-51 %
15	Australien	12 492	12 213	0,8 %	279	2 %
16	Polen	11 162	11 911	0,8 %	-749	-6 %
17	Portugal	9830	7749	0,7 %	2081	27 %
18	Rumänien	9087	6141	0,6 %	2946	48 %
19	Irland (Eire)	8877	7874	0,6 %	1003	13 %
20	Republik Korea	8399	6727	0,6 %	1672	25 %
21	Dänemark	8212	8794	0,6 %	-582	-7 %
22	Japan	7823	14 289	0,5 %	-6466	-5 %
23	Schweden	7697	7320	0,5 %	377	5 %
24	Übrige	136 206	149 652	9,2 %	-13 446	-9 %
Total		1 474 975	1 423 486	100 %	51 489	4 %

Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt



Basel Tourismus hat eine klare Vision: Basel ist auf der Bucket-List von kunst- und architekturaffinen Individualreisenden.

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus

Gestaltung: Basel Tourismus / kreisvier communications AG

Druck: Grempel AG

Titelseite: Model Sophie Lardon, © Schweiz Tourismus, Christian Meixner



Basel Tourismus

CH-4010 Basel
Tel. +41 61 268 68 68
info@basel.com
www.basel.com
[#thisisbasel](https://www.instagram.com/thisisbasel)