

Jahresbericht 2024



THIS IS
BASEL

Editorial	3
Rolle Basel Tourismus	4
Kennzahlen	5
Marketing	6
Visitor Experience	9
Convention Bureau	12
Finance & Services	14
Bilanz per 31.12.2024	16
Erfolgsrechnung 2024	17
Anhang Jahresrechnung	18
Bericht der Revisionsstelle	19
Strategie	20
Nachhaltigkeit	21
Organigramm	22
Vorstand	23
Team	24
Applaus für unsere	
Guides & Flying Concierges	26
Statistik 2024	28

Editorial



Das Jahr 2024 war für Basel ein erfolgreiches Tourismusjahr mit einem neuen Allzeitrekord von über 1,5 Mio. Logiernächten. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Anstieg von 5,4 %, während die Zahl im Vergleich zu 2019 sogar um 9,2 % gestiegen ist.

Basel bleibt für Gäste aus dem Heimmarkt ein beliebtes Reiseziel – insbesondere im Freizeitsegment. Der Markt Schweiz verzeichnet das stärkste Wachstum: Im Vergleich zu 2019 beträgt die Steigerung 22,1 %. Es freut uns, dass sich die konsequente Bearbeitung des Heimmarktes auszahlt. Auch aus den europäischen Nahmärkten zeigt sich eine leicht positive Entwicklung, während sich die Fernmärkte ebenfalls erholt haben und leicht über dem Niveau von 2019 liegen. Ebenso hat sich die Hotelzimmerauslastung mit durchschnittlich 60,1 % positiv entwickelt. 2023 betrug sie noch 56,3 %.

Wesentlich zum Erfolg des vergangenen Jahres beigetragen haben starke Kongresse, die Matisse-Ausstellung in der Fondation Beyeler mit über 200 000 Besucherinnen und Besuchern sowie der beliebte Basler Weihnachtsmarkt.

Ein Höhepunkt im Jahr 2024 war der Zuschlag zur Austragung des Eurovision Song Contest 2025. Wir sind überzeugt, dass dieses Grossereignis nachhaltig positive Auswirkungen für die Stadt haben wird. Für das Event-Highlight Art Basel wurde die Willkommenskultur weiterentwickelt, um die Gastfreundschaft noch stärker erlebbar zu machen. Viel positive Resonanz sowohl bei lokalen Medien wie auch bei der Bevölkerung erhielt die Lancierung der Kampagne «Z'Gascht in dinere Stadt». Ein weiterer Meilenstein war die erfolgreiche Nachhaltigkeitszertifizierung durch TourCert sowie die Klassifizierung Basels als Destination auf Swisustainable Level III – ein wichtiges Zeichen dafür, dass die gesamte Destination die Nachhaltigkeitsbewegung mitträgt.

Die Geschäftsleitung hat sich neu formiert und blickt mit frischem Elan und klarer Ausrichtung in die Zukunft. Dabei bauen wir bewusst auf dem soliden Fundament auf, das in den vergangenen Jahren gelegt wurde. Wir danken dem gesamten Team herzlich für das kontinuierliche Engagement und die hervorragende Arbeit, die massgeblich zum Erfolg der Tourismusdestination Basel beitragen.

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



1 553 925
+5,4 %
Logiernächte
in Basel



60,1 %
+3,8 %
Zimmer-
auslastung



4 247 095
+9,2 %
Sitzungen auf
basel.com



130 844
+26,4 %
Instagram-
Followerinnen
und -Follower



184 092
+1,5 %
Facebook-
Followerinnen
und -Follower



55 525
+28,1 %
Newsletter-
Abonentinnen
und -Abonnenten



265
-10,5 %
Betreute
Medienschaffende



78 296
+5,4 %
Besucherinnen
und Besucher der
Tourist Information



11 465
+ 190 %
Auskünfte Theo
AI-Concierge



6277
+19,6 %
Auskünfte der
Flying Concierges



9
+125 %
Kongress-
zuschläge



8 963
-1,3 %
Teilnehmende an
öffentlichen Rundgängen



304
-30,8 %
Verkaufsgespräche
mit Reiseveranstaltern

Die Prozentzahlen
stellen die Abweichung
zum Berichtsjahr 2023 dar.



Der Novartis Campus – ein Architekturhighlight, das auf unterschiedlichen Plattformen beworben wurde.



«Anknüpfend an das vergangene Jahr legen wir 2025 noch stärker den Fokus auf unsere Hauptreisemotive Kunst, Kultur und Architektur. Dabei rücken wir unsere Partnerinstitutionen und deren Angebote ins Zentrum.»
Dominic Stöcklin, Leiter Marketing

Marketing	2021	2022	2023	2024
Anzahl betreute Studienreisen	8	7	9	20
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	325	331	439	304
Anzahl betreute Medienschaffende	108	243	296	265
Sitzungen Website	2 889 477	4 026 213	3 887 637	4 247 095
Auskünfte Theo AI-Concierge	-	-	3954	11 465
Newsletter-Abonnentinnen und -Abonnenten	25 258	30 201	43 342	55 525
Facebook-Followerinnen und -Follower	175 292	176 789	181 357	184 092
Instagram-Followerinnen und -Follower	67 164	79 185	103 536	130 844

Marketing

Im Jahr 2024 standen die Gewinnung von Freizeitgästen und die gezielte Information vor Ort im Mittelpunkt. Unsere auf diese beiden Hauptziele ausgerichteten Aktivitäten haben wir kontinuierlich weiterentwickelt und unsere Präsenz weiter gestärkt – sichtbar unter anderem am Wachstum unserer Instagram-Community auf über 130 000 Followerinnen und Follower. Auch sonst gab es im letzten Jahr zahlreiche Höhepunkte.

Unkonventionelle Kampagne

Im letzten Jahr haben wir die Kampagne «Put Basel on your map» lanciert. Ziel war es, Basels erstklassige kulturelle Erlebnisse bekannt zu machen. In drei kurzen, stimmungsvollen YouTube-Videos folgte die Kamera einer Person durch besondere Orte der Stadt. Vorgestellt wurden die Fondation Beyeler, das Kunstmuseum Basel und der Novartis Campus, jeweils mit direkter Verortung unserer Partner auf Google Maps, um eine nahtlose Orientierung zu ermöglichen. Die Kampagne lief im Herbst während vier Wochen und erreichte rund 1,1 Millionen Nutzerinnen und Nutzer, mit einer durchschnittlichen Kontaktfrequenz von sechsmal in der Schweiz und zweimal in Deutschland.

Reichweite weiter zu erhöhen, gab es zusätzliche Kooperationen mit Influencerinnen und Influencern.



Basel-Werbung sorgt in Mailand für Aufmerksamkeit.

Kulturstadt Basel goes Milano

Im Dezember 2024 zog ein Promotionsteam als lebendiges Plakat durch die Strassen von Mailand und sorgte mit seiner auffälligen Präsenz für Aufsehen. In der ganzen Stadt wurde die Destination Basel beworben. Ein Video der Aktion wurde auf dem Instagram-Account von Basel Tourismus veröffentlicht und mit Mediadruck in Mailand gezielt und erfolgreich ausgespielt. Um die

Kunst im Rampenlicht

Nach der erfolgreichen Erstdurchführung im Jahr 2023 haben wir auch dieses Jahr wieder an der AAF Amsterdam und der Art Cologne teilgenommen und die Kunststadt Basel präsentiert. Zudem durften wir Basel auf den Messen Art Karlsruhe und Art Basel Paris vertreten.

Um die künstlerische Vielfalt Basels auch digital erlebbar zu machen, fand vom 1. bis 3. Oktober 2024 die «Art Influencer Reise» statt. Fünf Influencerinnen aus Deutschland und England erkundeten die Stadt und erhielten eine exklusive Führung durch das Kunstmuseum, um die Basler Kunstszene hautnah zu erleben und mit ihrer Community zu teilen.

Ergänzend zur digitalen Präsenz platzierten wir Kunstausstellungen wie «Matisse – Einladung zur Reise» in der Fondation Beyeler und «When We See Us» im Kunstmuseum Basel | Gegenwart gezielt in Printbeilagen und Magazinen im DACH-Raum.

Architektur im Fokus

Basel Tourismus hatte in diesem Jahr das Vergnügen, eine Gruppe von Architektur-Influencerinnen und -Influencern zu einer dreitägigen Tour durch die Stadt einzuladen. Die Teilnehmenden erhielten dabei spannende Einblicke in Basels architektonische Highlights, innovative Stadtentwicklung und nachhaltige Projekte. Besichtigt wurden das Stadtcasino Basel, der Novartis Campus, die Roche-Türme, das Dreispitz, das Silo und ELYS Boulderloft. Die Architekturreise wurde in Zusammenarbeit mit ArchiTour, Ticket B und Konaction durchgeführt. Hotelpartner waren das Consum Boutique Hotel und das Nomad Design & Lifestyle Hotel.

Digitale Weiterentwicklung

Im vergangenen Jahr haben wir die Grundlage für die Weiterentwicklung unseres AI-Concierge Theo geschaffen, um ihn als zentrales Instrument für die tägliche Interaktion mit unseren Gästen zu etablieren. Zudem schlossen wir die Neukonzeption unseres CRMs erfolgreich ab, digitalisierten bestehende Prozesse weiter und optimierten die Newsletter-Automatisierung. Auf unserem Instagram-Kanal erweckten wir das Fabelwesen Basilisk mithilfe von Computer Generated Imagery (CGI) zum Leben. Das Video generierte über 1 Million Impressionen. Auch bei der Lancierung des vierten Trikots des FC Basel 1893 kamen in einer gemeinsamen Zusammenarbeit Videos mit CGI zum Einsatz.



Der Basilisk wurde mittels CGI zum Leben erweckt.

Visitor Experience

Die Abteilungen Business Development und Visitor Service wurden im November 2024 zusammengelegt und bilden nun den Bereich «Visitor Experience». Diese strategische Neuausrichtung ermöglicht eine gezieltere Abstimmung der verschiedenen Abteilungen – Tourist Information, Stadtführungen, Guest Service und Business Development –, um unseren Gästen entlang der gesamten Customer Journey ein durchgängiges und positives Erlebnis zu bieten.



Bei den Tagesausflügen ins Elsass wurde unter anderem die Hohenkönigsburg besucht.

Neue Produkte und Weiterentwicklungen

Im Bereich Visitor Experience haben wir unser Angebot gezielt erweitert und bestehende Erlebnisse weiterentwickelt. Die Zaubershöfe wurden inhaltlich ausgebaut und legen nun einen noch stärkeren Fokus auf thematische und gastronomische Erlebnisse, um unseren Gästen eine abwechslungsreiche Erfahrung zu bieten. Zusätzlich haben wir ab August zwei neue Tagesausflüge für Individualreisende ins Leben gerufen: montags nach Gruyères und freitags ins Elsass. Diese beliebten Ausflugsziele konnten im Rahmen organisierter Tagestouren entspannt entdeckt werden.

Ein weiteres Highlight war die Einführung des Nachhaltigkeitsrundgangs, der gezielt die nachhaltigen Aspekte des Basler Tourismus beleuchtet und Besuchende für ökologische sowie soziale Nachhaltigkeit sensibilisiert. Zudem haben wir unser Angebot an szenischen Rundgängen mit unseren Guides und Schauspielerinnen und Schauspielern erweitert. Neu im Programm ist der szenische Rundgang «Erasmus von Rotterdam». Darüber hinaus wurde der Rundgang «Feuer und Flamme für Basel» anlässlich der Basler Geschichtstage realisiert.

Stärkung der Willkommenskultur

Die im Jahr 2023 gestartete Initiative «I'm part of it» haben wir 2024 weiterentwickelt, um die Willkommenskultur in Basel noch stärker zu verankern. Alle Massnahmen unserer Gastfreundlichkeitsinitiative zielten darauf ab, die Art Basel in der Stadt noch sichtbarer, spürbarer und erlebbarer zu machen. Mit dem Zuschlag für den Eurovision Song Contest und mit der bevorstehenden UEFA Women's Euro 2025 haben wir begonnen, die Initiative gezielt auszubauen und an diese beiden zusätzlichen Grossanlässe anzupassen.



Basel wurde für Nachhaltigkeit offiziell ausgezeichnet.

Intensivierung der Partnerschaften

Der jährlich stattfindende Partnertag wurde erneut erfolgreich durchgeführt. Eine weitere bedeutende Initiative war die Gründung eines Tourismusforums als Sounding Board, um gemeinsam mit zentralen Akteurinnen und Akteuren die Weiterentwicklung des Basler Tourismus voranzutreiben. Zudem haben wir mit dem Morgestraich-Event ein neues Format im Singerhaus eingeführt, das über 120 Partner zusammenbrachte.

Erstmals seit 13 Jahren führten wir wieder eine Zufriedenheitsumfrage unter unseren Branchenpartnern durch. 85 % unserer Partnerbetriebe gaben an, mit unserer Arbeit zufrieden oder sehr zufrieden zu sein – ein klares Zeichen für die hohe Qualität und Wirkung unserer gemeinsamen Bemühungen.

Zertifizierte Nachhaltigkeit

Ein bedeutender Meilenstein wurde im Bereich Nachhaltigkeit erreicht: Seit Dezember 2024 ist Basel nach dem international anerkannten TourCert-Standard als nachhaltige Destination zertifiziert und somit die zweite Stadt in der Schweiz mit einer solchen Auszeichnung. Zudem haben wir im Jahr 2024 erstmals einen Nachhaltigkeitsrat ins Leben gerufen – ein Gremium zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus und der Betriebe in Basel. Unser Ziel ist es, unsere Partner bei der nachhaltigen Entwicklung zu unterstützen und auf der Destinationsebene gemeinsam Herausforderungen zu identifizieren, neue und bestehende Projekte zu besprechen und nachhaltige Lösungen für die Zukunft zu erarbeiten.



In Basel heissen wir alle Gäste herzlich willkommen und bieten ihnen ein unvergessliches Erlebnis in unserer Stadt.



«Im Hinblick auf die Grossanlässe Eurovision Song Contest und UEFA Women's Euro 2025 haben wir begonnen, die Initiative zur Willkommenskultur weiter auszubauen. Eine ausgeprägte Willkommenskultur stärkt nicht nur das Image Basels, sondern fördert auch die Zufriedenheit und Verbundenheit der Gäste.»

Ann Müller, Leiterin Visitor Experience

Visitor Experience	2021	2022	2023	2024
Besucherfrequenz Tourist Information	30 317	66 247	74 265	78 296
Beantwortete Anrufe und E-Mails	19 099	30 348	26 463	27 500
Umsatz Warenhandel / Dienstleistungen (CHF)	488 746	761 559	883 239	1 580 658
Teilnehmende an öffentlichen Rundgängen	3144	7289	9078	8 963
Anzahl privater Gruppenführungen	1511	3305	3833	3 730
Verkaufte Pauschalen	625	1511	985	1 039

Convention Bureau

Ein strategisches Tourismusziel ist es, Basels Ruf als attraktive Kongressstadt weiter zu stärken. Unsere weltweit angesehenen Hochschulen und Forschungsinstitute spielen dabei eine entscheidende Rolle.

Kongressbotschafterinnen und -botschafter für Basel

Im August 2024 wurden an einem festlichen Anlass unter Beisein von RR Kaspar Sutter zwölf Akademikerinnen und Akademiker als Kongressbotschafterinnen und -botschafter für ihr Engagement für den Kongressstandort Basel geehrt. Das neu lancierte Ambassadors-Programm des Basel Convention Bureau hat zum Ziel, Basel nachhaltig als Kongressstadt zu positionieren.

Gemeinsam für die Kongressstadt Basel

Für die Universität Basel sind wissenschaftliche Kongresse ein zentraler Bestandteil ihrer internationalen Sichtbarkeit und Reputation. Daher engagiert sie sich gemeinsam mit dem Basel Convention Bureau und dem Kanton Basel-Stadt für die Förderung und Durchführung solcher Veranstaltungen und unterstützt ihre Forschenden aktiv bei der Organisation. Als praktische Hilfestellung wurde in Zusammenarbeit mit dem Basel Convention Bureau eine «online Toolbox» entwickelt. Sie bietet den Forschenden eine strukturierte Anleitung mit wertvollen Tipps für eine erfolgreiche Kongressbewerbung und -organisation.



Die Kongresshighlights 2024

2024 war ein sehr erfolgreiches Kongressjahr. Es fanden 15 Kongresse mit mehr als 1000 Teilnehmenden statt. Im Mai 2024 war die European Stroke Organisation Conference mit 4600 Teilnehmenden in Basel zu Gast. Das Stroke Center des Universitätsspitals Basel, das massgeblich an der Akquisition der Konferenz beteiligt war, zählt seit Jahren zu den weltweit führenden Schlaganfallzentren. Neben dem wissenschaftlichen Austausch war es ein Ziel, die Öffentlichkeit über Unterstützungsangebote zu informieren und die Bedürfnisse von Betroffenen und Angehörigen zu adressieren. Vor diesem Hintergrund griff das Stroke Center die Empfehlung des Convention Bureau auf, neben wissenschaftlichen Symposien eine öffentliche Podiumsveranstaltung mit dem Titel «Hirnschlag – was folgt danach? Warum die Schweiz eine Patientenorganisation braucht» zu organisieren.

Weitere Leuchtturmanlässe im Jahr 2024 waren die Jahreskonferenz der Association for Medical Education in Europe mit 4051 Teilnehmenden sowie der Dreiländerkongress Hämatologie und Onkologie DGHO mit über 5500 Teilnehmenden.



Bei einem exklusiven Mitgliederanlass erhielten Interessierte Einblick in den Pavillon des Novartis Campus.



«Die European Stroke Organisation Conference 2024 hat gezeigt, dass internationale Konferenzen neben der touristischen Wertschöpfung auch einen nachhaltigen gesellschaftlichen Mehrwert bieten.» Stefan Bonsels, Leiter Convention Bureau

Convention Bureau	2021	2022	2023	2024
Eingereichte Kongressbewerbungen	18	15	30	32
Kongresszuschläge	10	10	4	9



Bei einem exklusiven Mitgliederanlass erhielten Interessierte Einblick in den Pavillon des Novartis Campus.



«Im Jahr 2025 erwartet Basel Tourismus eine weiterhin positive Entwicklung, insbesondere durch die bevorstehenden Grossveranstaltungen in diesem Jahr, die das touristische Wachstum weiter fördern werden.»

David Alkan-Lanz, Leiter Finance & Services

Mitgliederwesen / Gasttaxenbeiträge	2021	2022	2023	2024
Mitgliederbeiträge (CHF)	295 812	286 177	299 498	295 815
Mitgliederbestand am 31.12.	1164	1124	1090	1102
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	95	87	101	98
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	167	165	175	191
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	626	598	575	575
Anzahl übrige Mitglieder per 31.12.	276	274	239	238
Gasttaxen Hotels (Anteil BT in CHF)*	2 061 069	3 766 257	4 213 978	4 533 070
Gasttaxen Airbnb (Anteil BT in CHF)*	161 895	256 519	267 796	289 422

* 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.

Finance & Services

Das Geschäftsjahr 2024 war für Basel Tourismus von einer positiven Entwicklung geprägt und erwies sich als erfolgreiches Jahr mit nachhaltigem Wachstum.

Neuer Rekord bei Logiernächten

Die Einnahmen aus den Gasttaxen beliefen sich im vergangenen Jahr auf CHF 4 822 000, was einer Zunahme von 7,6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dieser Anstieg wurde insbesondere durch die höhere Anzahl an Logiernächten in den Basler Hotels getragen. Im Jahr 2024 wurden insgesamt 1 553 925 Übernachtungen registriert, ein Plus von 5,4 % im Vergleich zum Vorjahr. Auch die Einnahmen aus Airbnb-Übernachtungen entwickelten sich positiv.

Anstieg der BaselCard-Nutzung

Die BaselCard bleibt ein wichtiger Bestandteil des touristischen Angebots und wird von den Gästen weiterhin rege genutzt. Im Vergleich zum Jahr 2023 verzeichnete sie eine steigende Nutzung, was sich auch in den höheren Abgeltungen an Museen und Partner zeigt (+9 %).

Attraktive Angebote

Basel Tourismus hat die Marketing- und PR-Aktivitäten gezielt fokussiert, um die Positionierung der Stadt als

vielseitige Destination weiter zu festigen. Das Segment Führungen und Ausflüge konnte das hohe Niveau des Vorjahres halten, was das beständige grosse Interesse an kulturellen und historischen Erlebnissen in Basel unterstreicht.

Auch die exklusiven Mitgliederanlässe 2024 erfreuten sich grosser Beliebtheit. Der Novartis Campus bot einen spannenden Vortrag und faszinierende Einblicke in die Ausstellung im Pavillon, die im Anschluss besichtigt werden konnte. Jakob's Basler Leckerly gab bei einer Manufakturführung einen Einblick in die 270-jährige Unternehmensgeschichte und die Entwicklung des Basler Lächerlis. Zum Abschluss konnten Lächerli-Rezepturen aus drei Jahrhunderten probiert werden.

Nachhaltige Entwicklung

Die finanzielle Situation bleibt stabil. Strategische Investitionen in digitale Services und nachhaltige Tourismusangebote stehen weiterhin im Fokus, um Basel als attraktive Destination zukunftsorientiert weiterzuentwickeln.

Bilanz per 31.12.2024

Aktiven	31.12.2024 in CHF	31.12.2023 in CHF
Flüssige Mittel	557 698	1 242 182
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	209 753	391 309
./. Delkredere	-25 000	-25 000
Übrige kurzfristige Forderungen	167 208	10 000
Kurzfristige Finanzanlagen	1 500 001	1 000 000
Vorräte	36 360	64 219
Aktive Rechnungsabgrenzung	566 081	478 760
Umlaufvermögen	3 012 101	3 161 471
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	3 012 106	3 161 476

Passiven		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	629 222	479 866
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	230 127	128 326
Passive Rechnungsabgrenzung	474 528	519 794
Kurzfristiges Fremdkapital	1 333 878	1 127 987
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	135 660	151 656
Rückstellungen langfristig	300 000	300 000
Langfristiges Fremdkapital	435 660	451 656
Fremdkapital	1 769 538	1 579 643
Eigenkapital		
Allgemeiner freier Fonds	412 300	448 300
Zweckgebundener Fonds für Gasttaxen	316 700	531 700
Rücklagen aus Staatsbeiträgen	329 300	418 300
Fondskapital	1 058 300	1 398 300
Vereinskapital	159 434	159 434
Freies Kapital	24 834	24 099
Vereinskapital	184 268	183 532
Eigenkapital	1 242 568	1 581 832
Total Passiven	3 012 106	3 161 476

Erfolgsrechnung 2024

	2024 in CHF	2023 in CHF
Führungen und Ausflüge	1 525 640	1 516 142
Guest Service	728 620	621 830
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	1 580 658	883 239
Marketing / PR	536 184	874 456
Übriger Ertrag	43 875	33 801
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	4 414 976	3 929 469
Staatsbeiträge	1 950 000	2 600 000
Gasttaxen	4 822 492	4 481 774
Mitgliederbeiträge	295 815	299 498
Ertrag aus Beiträgen	7 068 307	7 381 273
Betrieblicher Ertrag	11 483 283	11 310 741
Führungen und Ausflüge	-187 068	-253 994
Guest Service	-379 912	-347 897
Waren und Dienstleistungen Tourist Information	-1 384 771	-691 973
BaselCard	-807 270	-799 039
Marketing / PR	-2 876 372	-3 508 177
Übriger Aufwand	-12 675	-18 313
Material- und Dienstleistungsaufwand	-5 648 068	-5 619 392
Personalaufwand	-5 253 435	-5 032 367
Mietaufwand	-357 881	-346 834
Büro- und Verwaltungsaufwand	-483 279	-525 805
Aufwand Verein	-76 365	-75 592
Abschreibungen	-11 480	-27 430
Betriebsaufwand	-6 182 441	-6 008 029
Finanzaufwand	-2 554	-2 426
Finanzertrag	10 515	20
Finanzergebnis	7 962	-2 406
Betriebsergebnis	-339 264	-319 086
Betriebsfremder Ertrag	0	560
Periodenfremder Aufwand	0	0
Periodenfremder Ertrag	0	53 118
Jahresergebnis	-339 264	-265 408
Äufnung Fondskapital	0	0
Überschuss aus Staatsbeiträgen	0	0
Auflösung Rücklagen aus Staatsbeiträgen	89 000	50 000
Fondsverwendung aus Gasttaxen	215 000	197 000
Auflösung Allgemeiner freier Fonds	36 000	20 000
Äufnung Freies Kapital	-736	-1 592
Saldo Gewinnvortrag nach Verwendung	0	0

Anhang Jahresrechnung

Revisionsbericht

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	2024	2023
Triumph-Adler AG Druckerleasing	30 076	36 521
Fester Mietvertrag Bürogebäude und Tourist Information bis 31.3.2027	625 735	924 642

in CHF	2024	2023
Periodenfremder Aufwand / Ertrag	0	53 118

Im Berichtsjahr wurden keine periodenfremde Erträge und Aufwendungen verbucht. Im Vorjahr (2023) handelte 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.

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. Da die Kreditlimiten bisher nicht beansprucht wurden, wurden beide Kredite im Geschäftsjahr 2024 gekündigt.

Erweiterter Anhang / Geldflussrechnung / Lagebericht

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



Bericht der Revisionsstelle

zur eingeschränkten Revision an die Mitgliederversammlung des Vereins
Basel Tourismus, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seite 16 bis 18)) des Vereins Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2024 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

Basel, 25. März 2025

Strategie

Auf einen Blick

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

Purpose Aus Leidenschaft für Basel.	Mission Basel ist auf der Bucket-List von kunst- und architekturaffinen Individualreisenden sowie anspruchsvollen Kongress- und Eventorganisatoren.
Vision Wir sind der unverzichtbare Partner, der einen echten Mehrwert für Basel schafft.	
Reisemotive Strategisch: Städtereisen, Kunst, Kultur & Architektur, Kongresse Taktisch: Fluss-Reisende, Fahrrad-Tourer, Messen, Meeting- und Business-Traveller	Erlebniskern «The Basel Experience»: Boutique-City – international, progressiv, nachhaltig, inspirierend, stilvoll, entspannt und vorurteilsfrei
Ziele 1. Stärkung Positionierung als Freizeitdestination 2. Etablierung Top 10 Messe- & Kongressdestination (B*) Europas 3. Sicherstellung Partnerzufriedenheit & Partnerinvestments 4. Erhöhung Logiernächte & RevPar 5. Steigerung Willkommenskultur & Erlebnisqualität 6. Nachhaltigkeit	Werte #zämmeheebe #vernetztblygbe #enandervertraue #dgeschimhäärz #vorusdängge
Marke «This is Basel» – Basel verblüfft	Stil Kreativmarketing & Storytelling Fokus auf digitale Kommunikation und Personas

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

Nachhaltigkeit

Die Strategie ist in drei separate, sich ergänzende Handlungsfelder gegliedert. Diese ermöglichen es uns, Nachhaltigkeit in der Organisation zu verankern, in der Branche und Destination zu stärken und für den Gast erlebbar zu machen.

Besser Arbeiten Basel Tourismus verankert Nachhaltigkeit im betrieblichen Alltag und in unternehmerischen Entscheidungen.	Nachhaltige Partnerschaften Basel Tourismus fördert aktiv die Zusammenarbeit für eine ganzheitliche und nachhaltige Entwicklung.	Besser Reisen In Basel fühlen sich alle Gäste willkommen. Wir machen Nachhaltigkeit erlebbar, bieten Orientierung und inspirieren die Gäste zu nachhaltigen Entscheidungen!
---	--	---

Basel erzielte im vergangenen Jahr mit dem Erhalt zweier Nachhaltigkeitszertifizierungen einen bedeutenden Erfolg. Diese Auszeichnungen würdigen das beeindruckende Engagement der Stadt und zahlreicher Basler Betriebe für eine nachhaltige Entwicklung. Gemeinsam mit starken Partnern gestaltet Basel eine zukunftsfähige und lebenswerte Stadt – sowohl für Gäste als auch für Einwohnerinnen und Einwohner.

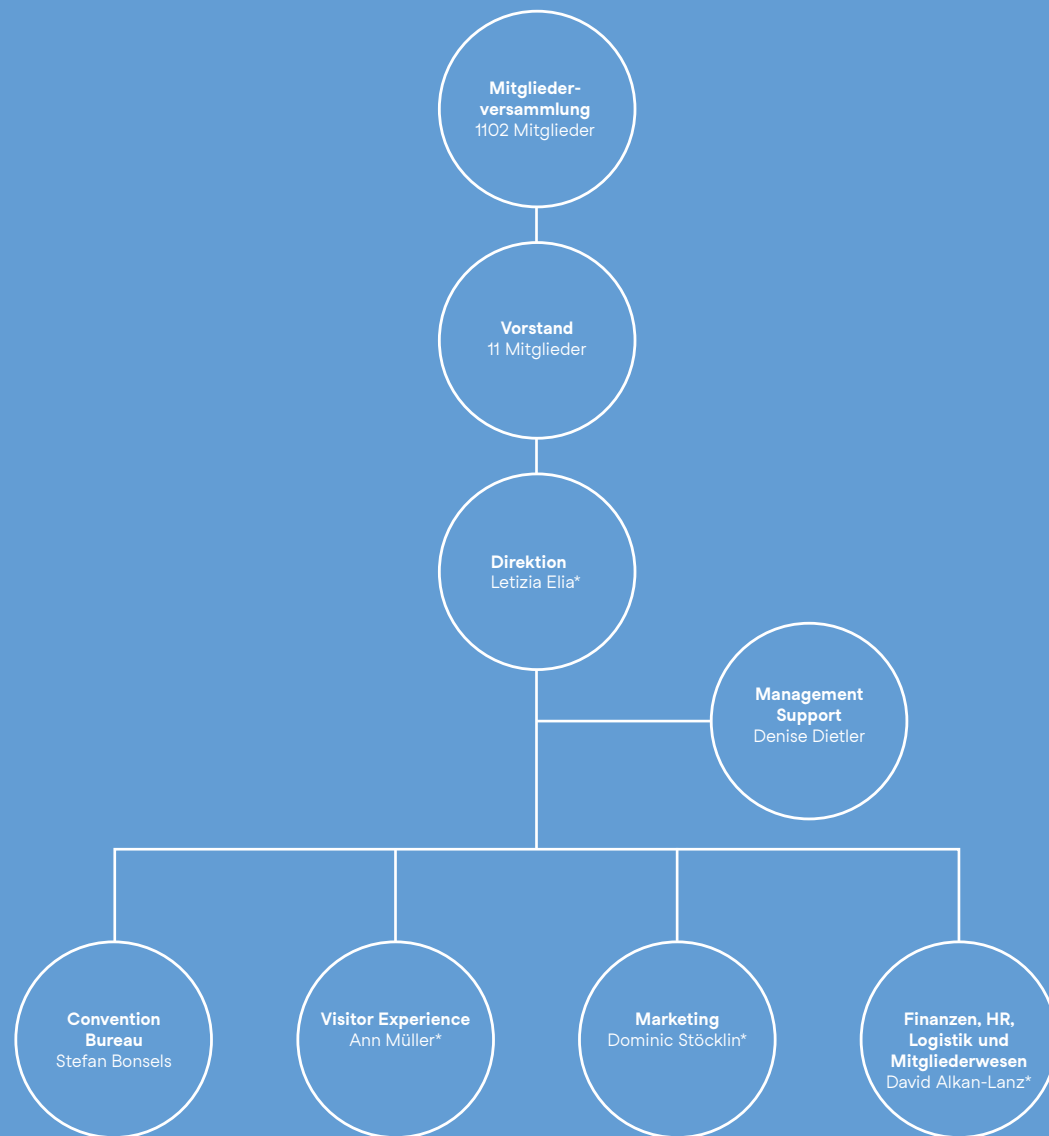


TourCert
 Basel wurde im Dezember 2024 nach dem TourCert-Standard zertifiziert. TourCert verleiht sein Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus. Mit dieser Auszeichnung ist Basel die zweite Schweizer Stadt mit einer international anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung.



Swiss Sustainable Level III
 Basel hat als Destination die höchste Stufe des Schweizer Nachhaltigkeitsprogramms Swisustainable erreicht. Das Level III – leading macht Basel neben zwei weiteren Schweizer Destinationen zu einem landesweiten Vorbild für eine nachhaltige touristische Entwicklung.

Organigramm



FTE 41,6 (davon 2 Praktika, 1 Lernende, 1 inklusiver Arbeitsplatz)
* Mitglied der Geschäftsleitung

Stand April 2025

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



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



**Andrea Grisard
(1977)**
VRP Ultra-Brag AG
Stiftungsrat
Kunstmuseum Basel

Stand April 2025

Team



David Alkan-Lanz*
Finance & Services



Alexandra Auci**
Guided Tours



Alexandra Baumann
Finance & Services



Stefan Bonsels*
Convention Bureau



Josepha Bosshart
Arts & Culture
Marketing



Sarah Bruhin**
Social Media
Marketing



Dominique Chresta
IT System



Laura Cuordileone
Convention Bureau



Pino Cuordileone
Logistics



Ramona Debus
Convention Bureau



Denise Dietler
Management Support



Oliver Dill**
Logistics



Melanie Eckert
Markets &
Communication



Letizia Elia*
CEO



Leana Fahrni
Tourist Information



Michelangelo Faralli
Tourist Information



Vera Flückiger
Corporate
Communications



Maurizia Fux
Guest Service



Francesca Gasser
Guest Service



Nicolas Gelzer
Guided Tours



Anita Gimmel
Guest Service



Ivana Hediger
Congress Board



Valeria Jeremias
Sustainability



Léonie Koch
Arts & Culture
Marketing



Barbara Lustenberger
Guided Tours



Alessandro Mariano**
Tourist Information



Natascha Martin**
Markets &
Communication



Ylenia Marturana
Visitor Experience



Youdon Memmishofer
Social Media



Nathalie Misteli
Guided Tours



Ann Müller*
Visitor Experience



Rosetta Negro
Tourist Information



Daia Nett
Guest Service



Lars Neyerlin
Digital Transformation
& Analytics



Susanne Pfefferle
Convention Bureau



Michaela Popp**
Guest Service



Christina Rentsch
Guest Service



Isidora Rudolph
Markets &
Communication



Barbara Rüesch
Tourist Information



Salome Ruf
Content Marketing



Nathalie Schmid
Guest Service



Christin Schwägli
Visitor Experience



Lena Steffen
Lernende



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



Sabrina Vonesch**
Digital Platforms &
Performance Marketing

* Abteilungsleitung | ** Teamleitung | Mitarbeitende: Stand April 2025

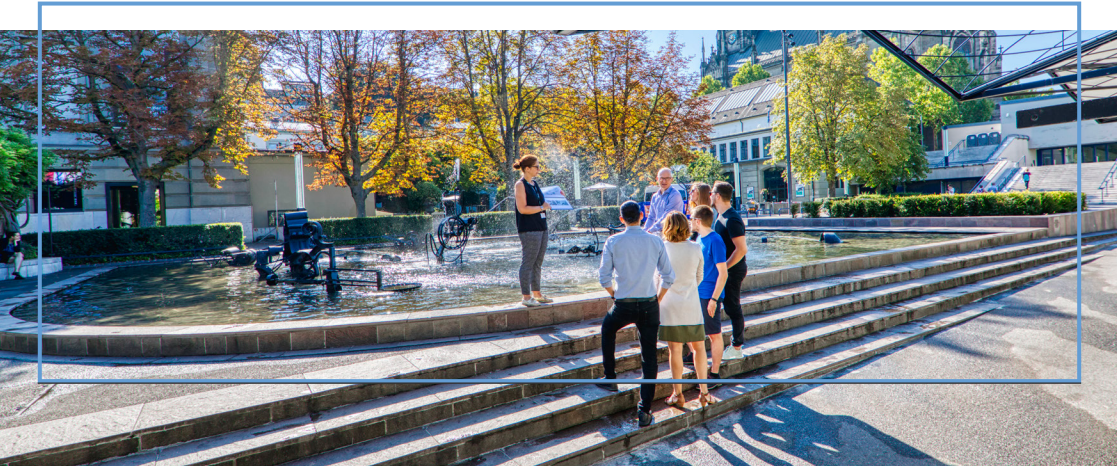
Applaus für unsere Guides

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

Stand Dezember 2024



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.

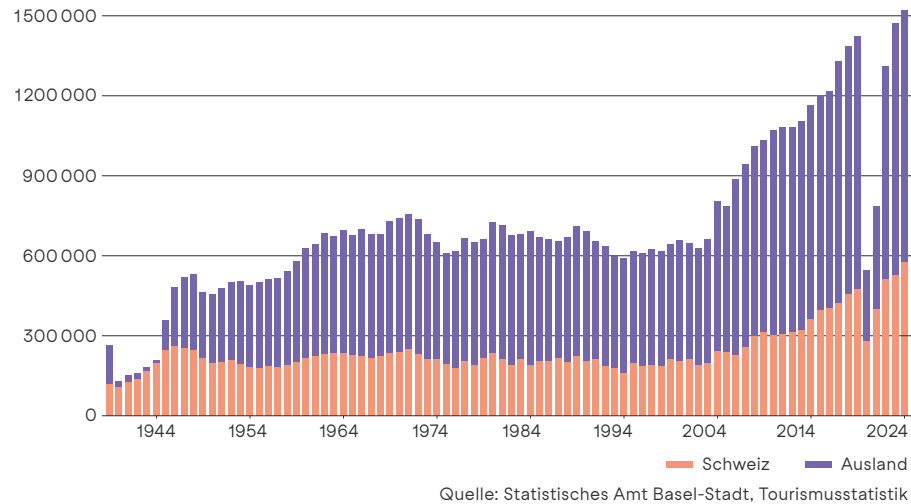
Bader Felix	Gebhard Käthi	Müller Liliane	Sinniger Alekko
Benkler Christoph	Hartmann Wally	Müller-Roth Anne	Stalder Doris
Blank Diana	Holtorf Anke	Rubin-Liu Lixia	Studer Melissa
Bornhauser Felix	Horat Annamarie	Sandoz Claudine	Tschäppeler Sibylle
Demierre Schlaeppi Anne	Lauber Doris	Sangiovanni Silvia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

Stand Dezember 2024



Statistik 2024

Logiernächteentwicklung seit 1939



Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen seit 2020

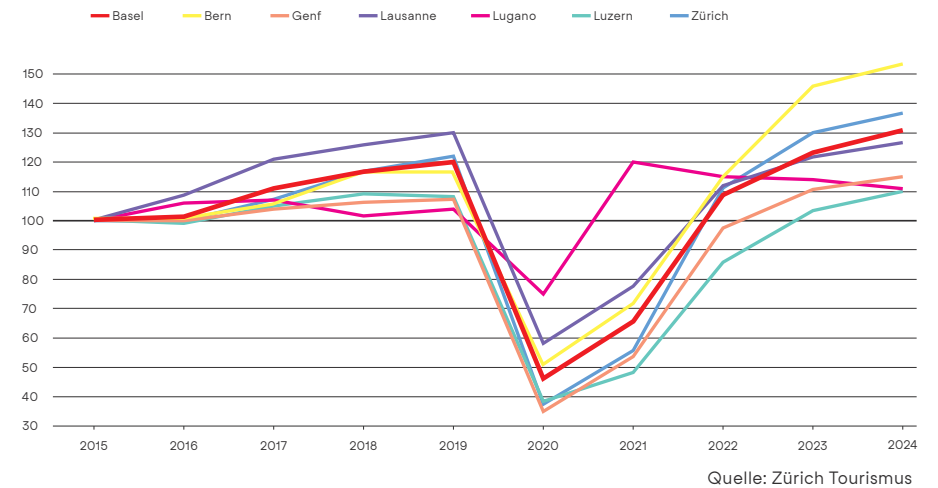
	2020	2021	2022	2023	2024
Logiernächte Basel-Stadt (ohne Airbnb)	545 906	784 607	1 301 107	1 474 975	1 553 925
Airbnb-Logiernächte*	37 376	56 019	88 761	92 663	100 146
Über BT gebuchte Logiernächte	3073	9141	12 987	6813	10 768
Selbst erwirtschaftete Erträge in CHF	1 371 212	1 719 733	2 226 640	2 092 673	1 884 230
Marketing-Cash-out in CHF	1 914 487	2 478 953	3 487 016	3 508 177	2 876 372
DB Führungen in CHF	94 251	119 018	434 183	419 718	463 761
DB Souvenirkauf in CHF	104 543	120 337	173 288	191 267	195 887

* 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: 2015 = 100)



Logiernächteentwicklung Basels im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

	2020	2021	2022	2023	2024
Basel*	545 906	784 607	1 301 107	1 474 975	1 553 925
Bern	356 038	511 474	820 916	1 044 046	1 100 930
Genf	708 755	1 102 356	2 006 611	2 252 671	2 339 075
Lausanne	443 045	597 123	857 058	930 443	971 781
Lugano	367 102	587 979	563 584	561 421	549 241
Luzern	484 891	619 486	1 099 435	1 328 369	1 412 735
Zürich	1 117 197	1 650 531	3 284 911	3 831 641	4 045 928

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

Statistik 2024

Topquellmärkte im Vergleich zu 2019

Rang Index	Herkunftsland (2019 = 100)	Logiernächte 2024	Logiernächte 2019	Marktanteil 2024	Logiernächte-entwicklung	Logiernächte-entwicklung in %
1	Schweiz	582 199	476 777	37,5 %	105 422	22 %
2	Deutschland	203 190	205 433	13,1 %	-2243	-1 %
3	Vereinigte Staaten	158 901	142 448	10,2 %	16 453	12 %
4	Vereinigtes Königreich	82 742	89 254	5,3 %	-6512	-7 %
5	Frankreich	54 234	57 187	3,5 %	-2953	-5 %
6	Italien	46 553	44 035	3 %	2518	6 %
7	Niederlande	40 804	32 692	2,6 %	8112	25 %
8	Spanien	37 310	34 040	2,4 %	3270	10 %
9	Türkei	24 229	8317	1,6 %	15 912	191 %
10	Indien	19 879	21 913	1,3 %	-2034	-9 %
11	China (ohne Hongkong)	16 829	25 959	1,1 %	-9130	-35 %
12	Kanada	16 629	15 062	1,1 %	1567	10 %
13	Österreich	16 611	18 117	1,1 %	-1506	-8 %
14	Australien	16 323	12 213	1,1 %	4110	34 %
15	Belgien	16 317	19 582	1,1 %	-3265	-17 %
16	Polen	13 239	11 911	0,9 %	1328	11 %
17	Portugal	12 203	7749	0,8 %	4454	57 %
18	Rumänien	10 860	6141	0,7 %	4719	77 %
19	Irland (Eire)	8854	7874	0,6 %	980	12 %
20	Brasilien	8641	6727	0,6 %	470	5 %
21	Dänemark	8619	8794	0,6 %	-175	-2 %
22	Japan	8373	14 289	0,5 %	-5916	-41 %
23	Schweden	8007	7320	0,5 %	687	9 %
24	Übrige	142 379	147 268	9,2 %	-4889	-3 %
Total		1 553 925	1 423 486	100 %	130 439	9 %

Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt



Basel, ein Zentrum für Kunst, Kultur und Architektur.

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus
Gestaltung: Basel Tourismus / kreisvier communications AG
Druck: Druckerei Bloch AG
Titelseite: Dreispitzareal © Basel Tourismus, pati grabowicz



Basel Tourismus

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