

Besser Reisen

Strategie nachhaltige Tourismusentwicklung 2024–2030



Nachhaltigkeit in Basel

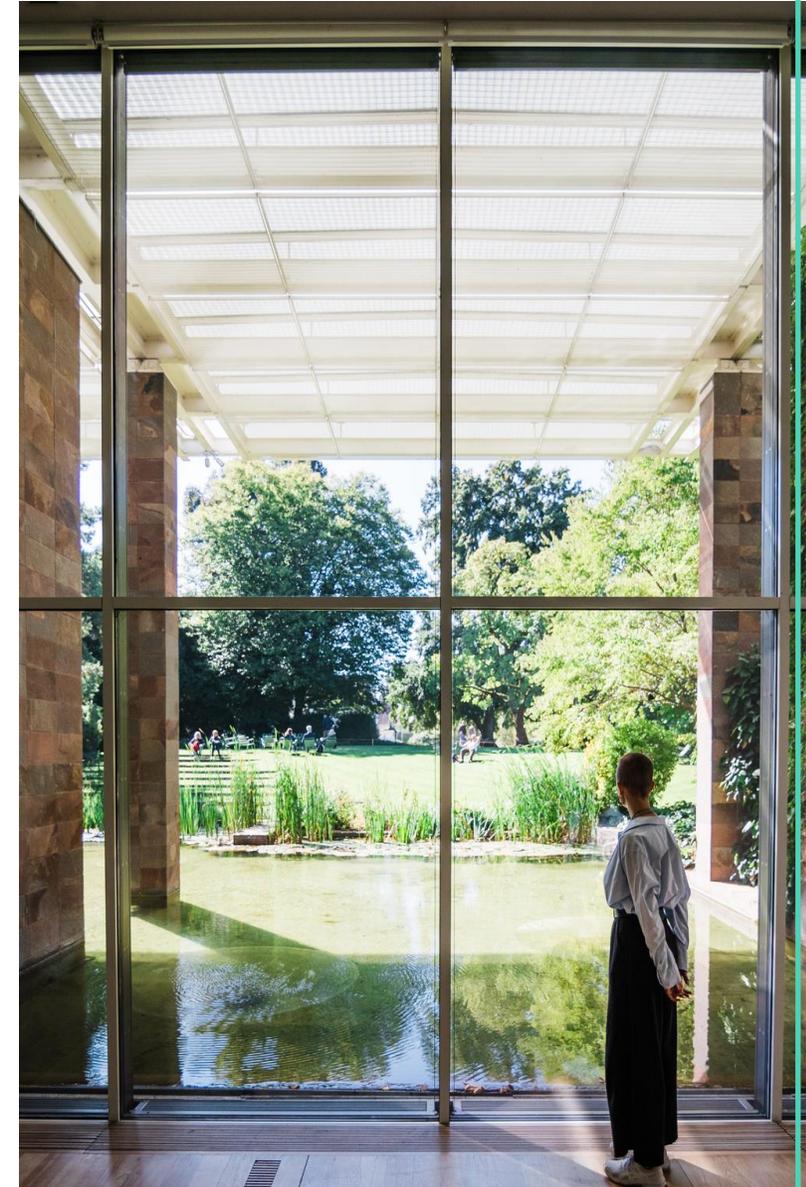
Mehr als nur ein Modewort, sondern ein tief verwurzelter Wert unserer Stadt

Das Schweizerhallen-Unglück 1986 markierte den Wendepunkt für den Umweltschutz in Basel und stärkte das Bewusstsein für eine nachhaltige Entwicklung.

Mit Annahme des Netto-Null-Ziels 2037 ist Basel auf dem Weg zum Nachhaltigkeits-Champion.

Der Tourismus hat das Potenzial, eine treibende Kraft für eine nachhaltige Stadtentwicklung zu sein und über die Grenzen hinweg zu inspirieren.

Die Strategie «Besser Reisen» zielt darauf ab, die nachhaltige Tourismusedwicklung zu fördern und zu koordinieren sowie die Branche zu unterstützen, um Basel als nachhaltige und einladende Destination zu positionieren.





Nachhaltigkeit fest verankert in der Tourismusstrategie 2024-2027

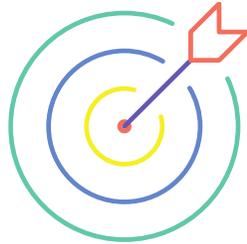
Basel Tourismus betrachtet Nachhaltigkeit nicht isoliert, sondern als integralen Bestandteil der Tourismusstrategie.

Sie ist ein wichtiger Faktor für die erfolgreiche Entwicklung des Tourismus und für die Positionierung als Freizeit- und Kongressstadt.

Basel gilt als Geheimtipp abseits des Massentourismus und bietet authentische Erlebnisse.

Qualitätstourismus ist ein Mehrwert für die Branche und die Gäste.

Was BT erreichen will – Tourismusstrategie 2024–2027



1. Basel stärkt die Positionierung als Freizeitdestination



2. Basel gehört zu den top Messe- und Kongressdestinationen Europas



3. Basel Tourismus hält die Partnerzufriedenheit hoch.

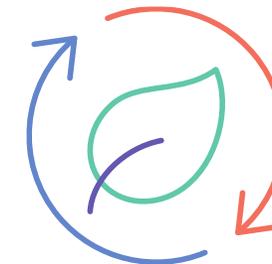


4. Logiernächte und RevPAR*
in der Basler Hotellerie
steigen

* Revenue per available room



5. Basel steigert die Willkommenskultur und die Erlebnisqualität



6. Basel gilt als nachhaltig

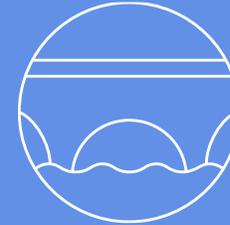
Was BT unter «nachhaltig» versteht



Qualitätstourismus als
Mehrwert



Wertschöpfung in der
Region



Brücken bauen
zwischen Kulturen



Ökologischen
Fussabdruck
reduzieren



Image:
Basel gilt als
nachhaltig

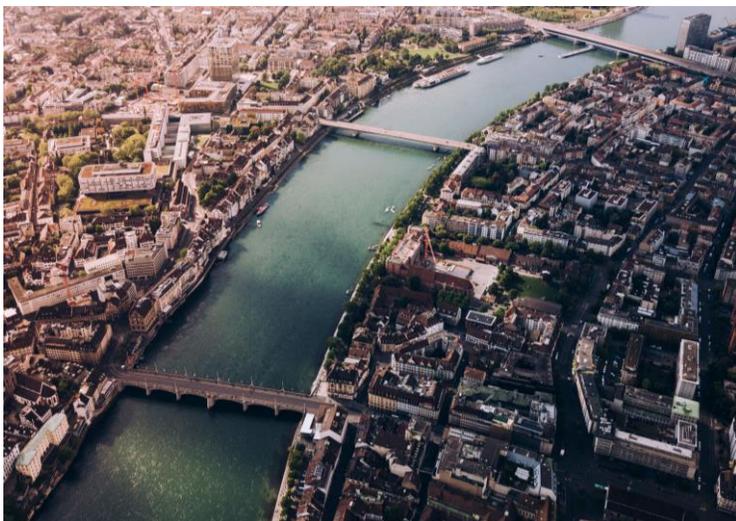


Nachhaltigkeit
wird erlebbar



Tourismusbranche als
attraktive Arbeitgeberin

Was Basel schon erreicht hat



Grösstes Fernwärmenetz der Schweiz



Netto-Null-Ziel bis 2037



Gratis ÖV für Hotelgäste dank der BaselCard

Was Basel schon erreicht hat



- European Energy Award GOLD seit 2006
- Grösste «Fair Trade Town» der Schweiz
 - «Grünstadt Schweiz»
 - «Goldener Stecker» für E-Mobilität



- Komplette elektrische Busflotte bis 2027
- Sehr gut ausgebauter, trinationaler ÖV
- Über 200 neue öffentliche Ladestationen für Elektrofahrzeuge bis 2026



- Milan Urban Food Policy Pact für nachhaltige Ernährung
 - Stadtbelebung und Regionalität, z. B. GenussStadt Basel oder Flâneur Festival



- IWB-Strom zu 100 % erneuerbar
- Pioniergemeinde 2000-Watt-Gesellschaft
- Weltklasse und nachhaltige Architektur
- Entwicklung von CO2-negativem Asphalt

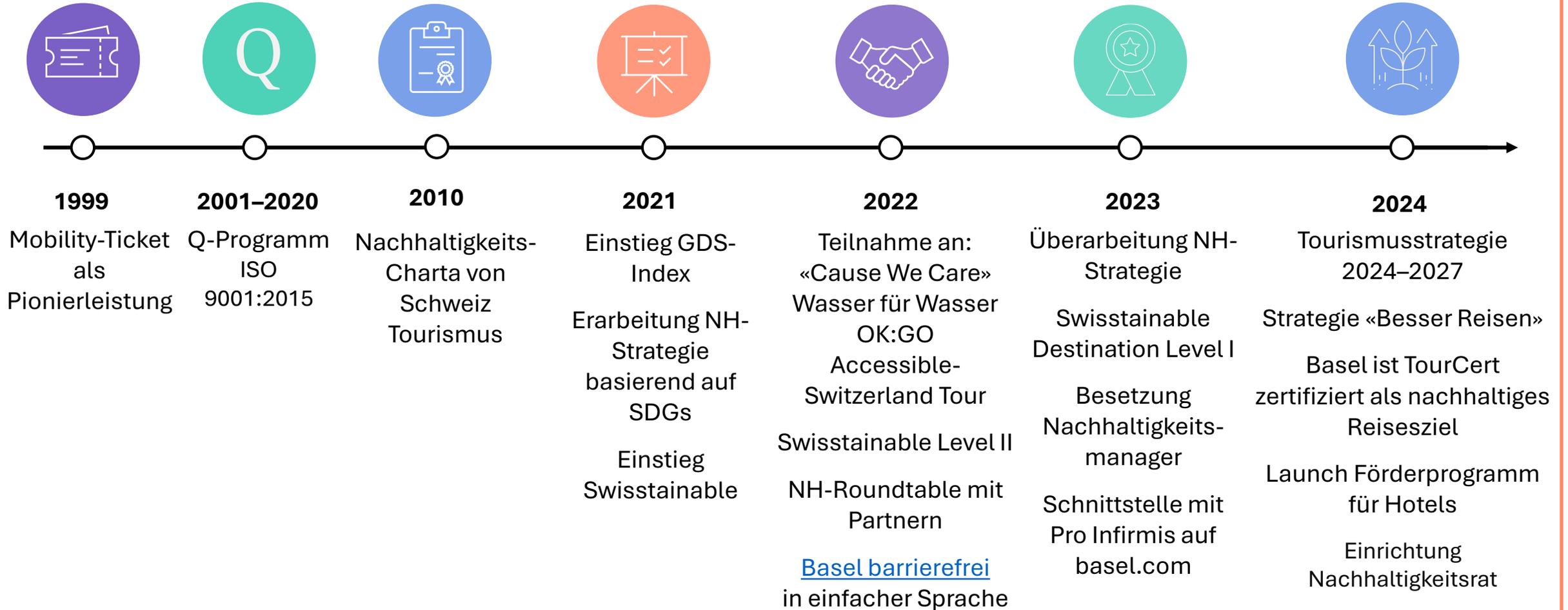


- Bedeutendster europäischer Life-Sciences-Standort
 - Wichtiger internationaler Wirtschaftsstandort
 - Erste Universität der Schweiz
 - Wichtiger Forschungsstandort
 - Renommiertes Swiss-TPH Institut



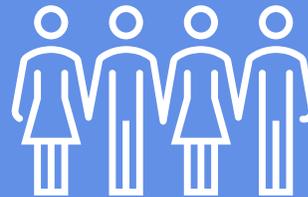
- Gleichstellungsgesetz für LGBTQI+
- Einzigartiges Basler Rheinschwimmen und Trinkwasserbrunnen
- Basler Fasnacht als immaterielles Kulturerbe der UNESCO

Basel Tourismus – unsere Meilensteine



Qualitätstourismus

Unsere Strategie



Ansatz

Ein Tourismus, der die gegenwärtigen und zukünftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen und Bedürfnisse aller Stakeholder berücksichtigt.

Voraussetzungen

Basierend auf der Agenda 2030 und den Sustainable Development Goals (SDGs), der Tourismusstrategie des Bundes, den Zielen des Kantons Basel-Stadt sowie Schweiz Tourismus und Swisstainable.

Einbezug der Ergebnisse des GDS-Index als internationaler Vergleich.

Überarbeitung unter Berücksichtigung der Stakeholder-Konsultation und der Ergebnisse des Roundtables 2022, an dem relevante touristische Akteure, Vertreter von Regierung und Verwaltung sowie weitere Interessengruppen die Strategie aktiv diskutiert haben.

Ergebnis

Mehrjahresvision eines Tourismus für alle und für morgen.

Verantwortung für heute und morgen, verstärkte Kooperation und Zusammenarbeit.

Langjährige Strategie und fortlaufender Aktionsplan für kontinuierliche Anpassung und Fortschritt (im Appendix).

Für eine Weiterentwicklung mit Substanz

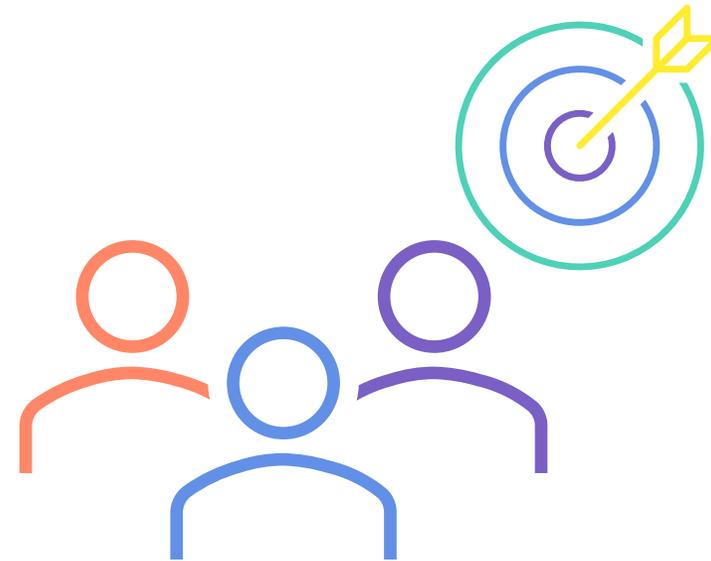
Basel ist eine inspirierende und einladende Stadt, die gleichermaßen wirtschaftliche, ökologische und soziale Bedürfnisse von heute und morgen berücksichtigt. Basel sagt Nein zum «Massentourismus» und strebt an, ein weltweites Vorbild für nachhaltige Entwicklung zu werden.



Für eine Weiterentwicklung mit Substanz



Basel Tourismus setzt sich für ein nachhaltiges Wachstum im Tourismus ein und fördert aktiv die Zusammenarbeit. Basel positioniert sich als nachhaltige Destination, indem positive Effekte verstärkt und negative minimiert werden. Die Gäste erleben Nachhaltigkeit als klaren Mehrwert.



3 Handlungsfelder

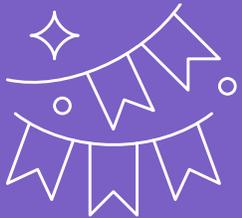
Die Strategie ist in drei separate, sich ergänzende Handlungsfelder gegliedert:

- **Besser Arbeiten**
Nachhaltigkeit bei Basel Tourismus als Organisation
- **Nachhaltige Partnerschaften**
Nachhaltigkeit in der Branche und Destination
- **Besser Reisen**
Nachhaltigkeit für den Gast



Besser Arbeiten

Basel Tourismus verankert Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag, reduziert den ökologischen Fussabdruck und vertritt eine klare gesellschaftliche Haltung. BT ist ein fairer und attraktiver Arbeitgeber, der sich für Wohlbefinden, Zusammenarbeit und Chancengleichheit einsetzt. Dieses Engagement wird durch die Zertifizierung nach TourCert und Swisstainable Level III bestätigt. Damit leistet BT einen Beitrag zu den genannten SDGs.



BT ist nach TourCert
zertifiziert und
Swisstainable Level
III.



BT stellt Nachhaltigkeit ins
Zentrum seiner Arbeit.



BT reduziert seinen
ökologischen
Fussabdruck.



BT fördert regionale Wertschöpfung durch
nachhaltige Beschaffung und
Souvenirangebote.



BT ist ein attraktiver und fairer
Arbeitgeber.



Nachhaltige Partnerschaften

Basel Tourismus fördert die Zusammenarbeit entlang der touristischen Dienstleistungskette für eine ganzheitliche und nachhaltige Entwicklung. Gemeinsam mit Partnern werden die positiven Effekte des Tourismus gesteigert und die negativen sowie Emissionen reduziert. Dies stärkt das nachhaltige Image von Basel und macht die Stadt noch attraktiver für Freizeit-, Kongress- und Messegäste. Damit leistet BT einen Beitrag zu den genannten SDGs.

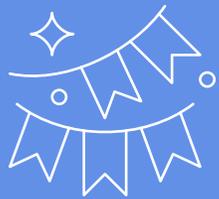


Image:

Basel gilt als nachhaltig, ist nach TourCert zertifiziert und Swisstainable Destination Level III.



Die Branche leistet einen Beitrag zur Erreichung des Netto-Null-Ziels 2037.



Basel akquiriert Messen und Kongresse, die zur nachhaltigen Entwicklung der Destination beitragen.



BT unterstützt die Branche, erweitert das Nachhaltigkeits-Coaching und fördert die Zusammenarbeit.



Die Positionierung als Hub trägt zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Steigerung der regionalen Wertschöpfung bei.



Besser Reisen

In Basel fühlen sich alle Gäste willkommen und wohl. Das authentische, inklusive und innovative Angebot sorgt immer wieder für erfrischende Wow-Effekte. Wir machen Nachhaltigkeit erlebbar, bieten Orientierung und inspirieren die Gäste zu nachhaltigen Entscheidungen – während der Reise und darüber hinaus. Damit leistet BT einen Beitrag zu den genannten SDGs.



Nachhaltige Produkte sind für Touristinnen und Touristen einfach zugänglich.



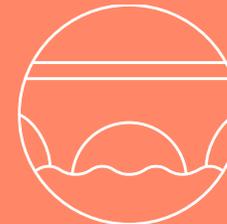
Basel steigert die Willkommenskultur und Erlebnisqualität.



Nachhaltige Produkte entwickeln und erlebbar machen.



Qualitätstourismus ist ein Mehrwert und wird durch Innovation vorangetrieben.



Brücken bauen zwischen den Kulturen. Förderung von Austausch zwischen den Gästen und der lokalen Bevölkerung.



Basel ist für alle zugänglich.



Kurz & prägnant



Purpose

Der Tourismus in Basel wird nachhaltiger.

Vision

Basel ist eine inspirierende und einladende Stadt, die gleichermaßen wirtschaftliche, ökologische und soziale Bedürfnisse von heute und morgen berücksichtigt. Basel sagt Nein zum Massentourismus und strebt an, ein weltweites Vorbild für nachhaltige Entwicklung zu werden.

Instrumente

- Tourismusstrategie 2024–2027
- Nachhaltigkeitsstrategie 2024–2030
- Aktionsplan mit messbaren Zielen und KPI's
- Landingpages: Nachhaltige Basel Tipps (für Gäste), Nachhaltigkeit (für Business)
- NH-Beschaffung & Diversity-Equality-Inclusion-Policy

Marke

«This is Basel» – Basel verblüfft

Stil

Ehrlich und offen, nachweisbar, erlebbar & Storytelling, inspirierend, kein Verzicht

Mission

Basel Tourismus setzt sich für ein nachhaltiges Wachstum im Tourismus ein und fördert aktiv die Zusammenarbeit. Basel positioniert sich als nachhaltige Destination, indem positive Effekte verstärkt und negative minimiert werden. Die Gäste erleben Nachhaltigkeit als klaren Mehrwert.

Ziele

1. Basel gilt als nachhaltig, ist TourCert zertifiziert und Swisstainable Destination Level III. BT ist Swisstainable Level III.
2. BT ist ein attraktiver und fairer Arbeitgeber.
3. BT stellt Nachhaltigkeit ins Zentrum seiner Arbeit.
4. BT unterstützt die Branche, erweitert das Nachhaltigkeits-Coaching und fördert die Zusammenarbeit.
5. Die Branche und BT leisten einen Beitrag zur Erreichung des Netto-Null-Ziels 2037.
6. Die Positionierung als Hub trägt zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Steigerung der lokalen Wertschöpfung bei.
7. Basel akquiriert Messen und Kongresse, die zur nachhaltigen Entwicklung der Destination beitragen.
8. Nachhaltige Produkte sind für Touristinnen und Touristen einfach zugänglich.
9. Nachhaltige Produkte entwickeln und erlebbar machen.
10. Brücken bauen zwischen den Kulturen. Förderung von Austausch zwischen den Gästen und der lokalen Bevölkerung.
11. Basel steigert die Willkommenskultur und Erlebnisqualität.
12. Qualitätstourismus ist ein Mehrwert und wird durch Innovation vorangetrieben.
13. Basel ist für alle zugänglich.

Erlebniskern

«The Basel Experience»: Boutique City – international, progressiv, nachhaltig, inspirierend, stilvoll, entspannt & vorurteilsfrei

Handlungsfelder

- Besser Arbeiten – für die Organisation
- Nachhaltige Partnerschaften – für die Branche
- Besser Reisen – für den Gast

Werte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

#zämmeheebe #vernetztblybe #enandervertraue #dgeschimhäärz #vorusdängge

Us Lyydeschaft für Baasel

Alle Interessierten sind herzlich eingeladen, sich unserem Weg zur nachhaltigen Entwicklung anzuschliessen und gemeinsam die einzigartige Kultur, Kunst und Lebensqualität Basels zu erleben und zu fördern.



Unternehmenswerte Basel Tourismus

Besser Arbeiten - Targets und Massnahmen



BT ist Swisstainable Level III.

BT behält die Zertifizierung nach TourCert aufrecht und ist Swisstainable Level III.



BT stellt Nachhaltigkeit ins Zentrum seiner Arbeit.

Targets

- Sensibilisierung und Kompetenzaufbau bei Mitarbeitenden.
- Integration der Nachhaltigkeitsdimensionen in alle Abteilungen und Produktentwicklungen.

Massnahmen 2025

- Teilnahme an Team-Challenges wie Enerjoy oder Bike-to-Work.
- Durchführung von 4 Nachhaltigkeitsschulungen. Jede*r MA besucht mind. 1 Schulung.
- Ein Sensibilisierungsanlass im Bereich DEI.
- Monatliches Nachhaltigkeitscafé wird fortgeführt
- Die/Der Nachhaltigkeitsbeauftragte/r pro Abteilung setzt 2 Massnahmen um.
- Am Puls der Zeit dank der Zusammenarbeit und dem Austausch mit Hochschulen und Universitäten.
- 80% der Guides besuchen den NH-Rundgang zu Schulungszwecken.
- NH-Rundgang für Flying Concierges anbieten
- Sämtliche Personaldokumente (Verträge etc.) nur noch digital.



BT reduziert seinen ökologischen Fussabdruck.

Targets

- Reduzierung der eigenen CO2e-Emissionen auf Netto-Null 2037.
- Senkung des Energieverbrauchs pro Mitarbeiter/in um 7 % (Referenzjahr 2023).
- Reduzierung des internen Abfallaufkommen, Papier- und Wasserverbrauch und Foodwaste.
- Fokussierung der Marketingaktivitäten auf CH, EU-Nahmärkte und nur gezielte Fernregionen.

Massnahmen 2025

- BT erstellt eine CO2 Bilanzierung mit Reduktionszielen.
- Fortführung von Plastikrecycling und Wasser für Wasser-Projekt.
- Wechsel zu regionalem Klimaschutzprojektes bei Cause We Care.



BT ist ein fairer und attraktiver Arbeitgeber.

Targets

- Unterstützung der Gesundheit und des Wohlbefindens der MA.
- Erhöhung MA-Zufriedenheit auf 75 Punkte bei Rücklauf > 85 %.
- Bereitstellung von jährlich zwei Ausbildungsplätzen (Lehrstellen oder Praktika) sowie einer integrativen Arbeitsstelle.
- Gleichberechtigte Teilhabe aller Geschlechter in allen Abteilungen, Management und Vorstand.

Massnahmen 2025

- Regelmässige Schulungen und Leaderships Training für MA.
- Ausbau des Employer Brandings.
- BT als nachhaltigen Arbeitgeber ausweisen in allen Stelleninseraten sowie in unserem Personalreglement.



BT fördert regionale Wertschöpfung durch nachhaltige Beschaffung und Souvenirangebote.

Targets

- Nachhaltige Beschaffung für Büro und eigene Events durch wachsenden Anteil nachhaltiger und regionaler Produkte und DL.
- Schrittweise Umstellung des Souvenirangebots auf regionale, nachhaltige und authentische Produkte.
- Bis 2030 stammen 80 % der Produkte und DL von BT von regionalen Partnern.
- Quartalsweise Bewerbung eines regionalen und nachhaltigen Souvenirangebots im Basel Fenster an der TI.

Massnahmen 2025

- Durchführung einer Schulung zur nachhaltigen Beschaffung.
- Erhöhung des Anteils nachhaltiger Lieferanten auf 45 %.
- Ausschliesslicher Druck auf mindestens FSC-Mix-Papier und Überarbeitung der Broschüren, um den Druckabfall um 15 % zu reduzieren.

Nachhaltige Partnerschaften - Targets und Massnahmen



Image:
Basel gilt als nachhaltig,
nach TourCert zertifiziert &
Swisstainable Destination Level III.

Targets

- Basel ist TourCert zertifiziert bis Ende 2024 .
- Basel ist Swisstainable Destination Level III.
- Basel verbessert den GDSI-Score auf > 85 %.
- Etablierung Nachhaltigkeits-Ausschusses und –Rats.
- 80 % der Partner sind Swisstainable (> 50 % Level II / III).
- 60 % der Hotelpartner sind zertifiziert.

Massnahmen 2025

- Aufbau eines Nachhaltigkeitsmonitorings.
- Nachhaltigkeitsrat wird gestärkt, Konzept und Ziele etablieren, mind. 2 Treffen. Spezifisches Verbesserungsprogramm (VP) dafür erstellen und teilen.
- Swisstainable-Bewegung um 10 % stärken.
- Anreize schaffen für besonders nachhaltige Betriebe durch Kennzeichnung auf Webseite und verstärkte Empfehlung.
- Verbesserung des GDSI-Scores um 5 % Punkte durch Umsetzung der Massnahmen 2024.
- Umsetzung der Massnahmen aus dem Audit-Prüfberichts und Überprüfung der Indikatoren des VP auf SMART.



Die Branche leistet einen Beitrag zur Erreichung des Netto-Null-Ziels 2037.

Targets

- Berechnung ökologischer Fussabdruck für den Tourismus in Basel.
- Entwicklung einer Klimaschutzstrategie.
- Förderung nachhaltiger Mobilität nach und in Basel durch BaselCard, Guest Bike und Schaffung von Anreizen.
- Unterstützung Mehrwegoptionen, Verleihservices & Abfallreduktion.

Massnahmen 2025

- Evaluation eines geeigneten Verfahrens für die Berechnung des Fussabdrucks und informieren der Partner.
- Verteilung nachhaltiger Trinkflaschen an Stadtführungen mit Hinweis auf Basler Trinkwasser zur Vermeidung von Einwegplastik.



Die Positionierung als Hub trägt zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Steigerung der regionalen Wertschöpfung bei.

Targets

- Steigerung Ø-Aufenthaltsdauer auf 2,4 Tage.
- Jährliche Steigerung von Logiernächten und Auslastung um 2 %.
- Verstärkte Promotion des trinationalen Erlebnisses im Rahmen der Oberrheinkonferenz.
- Förderung der Hub-Positionierung und Bleisure-Angebote.

Massnahmen 2025

- Drei strategische Partnerschaften werden neu geschlossen.
- Hub Erlebnisse werden fortgeführt und 50 % erreichen Break-Even.



BT unterstützt die Branche, erweitert das NH-Coaching und fördert die Zusammenarbeit.

Targets

- Aufbau Förderprogramm zur Unterstützung der Branche.
- Engere Zusammenarbeit mit dem STV, Branchenverbänden, Kanton und regionalen/nationalen Nachhaltigkeitsinitiativen.
- Förderung von Möglichkeiten für den Erfahrungsaustausch.
- Partnerzufriedenheit von mindestens 85 % aufrecht halten.

Massnahmen 2025

- GreenCorner in Branchen-Newsletter etablieren.
- Zusammenarbeit mit dem Kanton verstärken, um die Branche bei Swisstainable zu unterstützen.
- Adaption einer Zertifizierung für Museen auf Swisstainable Level III .
- Die Branche erhält eine NH-Schulung im Rahmen der Grossveranstaltungen 2025. Zufriedenheit bei mindestens 80 %.



Basel akquiriert Messen und Kongresse, die zur nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Targets

- Unterstützung von Nachhaltigkeit bei Events und Kongressen.
- Förderung von Kongressen/Events zur Auslastungssteigerung in schwachen Monaten.
- Akquise von Grossereignissen mit Fokus auf Nachhaltigkeit.
- Events und Kongresse hinterlassen eine nachhaltige Legacy in Basel.

Massnahmen 2025

- Über 100 Request for Proposal (RFPs) werden geprüft und bearbeitet.
- Unterstützung Innovationsförderprogramm Nachhaltige Wirtschaft.
- ESC/WEURO schaffen eine Legacy für die nachhaltige Durchführung von Grossveranstaltungen in Basel.
- Die Schulungsunterlagen werden mittels E-Learnings so aufbereitet, dass sie für zukünftige Grossanlässe zur Verfügung stehen.

Besser Reisen - Targets und Massnahmen



Nachhaltige Produkte sind für Touristinnen und Touristen einfach zugänglich.

Targets

- Klare Hinweise erleichtern den Gästen nachhaltige Entscheidungen.
- Alle Swisstainable-Betriebe werden mit entsprechendem Signet hervorgehoben.
- Nachhaltigkeit wird fester Bestandteil der BT-Kommunikation und positiv durch Storytelling vermittelt.

Massnahmen 2025

- BT entwickelt eine NH-Kommunikationsstrategie.
- NH-Kampagne im Rahmen des ESC wird umgesetzt.



Nachhaltige Produkte entwickeln und erlebbar machen.

Targets

- BT entwickelt neue nachhaltige Angebote.
- Leuchtturmprojekte zum Thema Nachhaltigkeit in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern mache Nachhaltigkeit erlebbar.

Massnahmen 2025

- Nachhaltigkeit -Tipliste für Gäste wird basierend auf Forschung Swiss-TPH erstellt.
- Fortführung und Ausbau des Wickelfischverleihs.



Qualitätstourismus ist ein Mehrwert und wird durch Innovation vorangetrieben.

Targets

- Kommunikation von Qualitätstourismus als Mehrwert.
- Entwicklung innovativer Produkte und Angebote in Zusammenarbeit mit Partnern, insbesondere für weniger ausgelastete Monate.

Massnahmen 2025

- 5 Audiorundgänge werden überarbeitet und erfolgreich lanciert.
- Steigerung der Bekanntheit von Basel in den definierten Zielgruppen um + 10%-Punkte (Pre/Post ESC).



Basel steigert die Willkommenskultur & Erlebnisqualität.

Targets

- Verstärkung der Willkommenskultur durch Gastfreundschaftsinitiativen zusammen mit Partnern.
- Alle Gäste fühlen sich in Basel willkommen.

Massnahmen 2025

- Mind. 85 % der Hotels und 150 Gastbetriebe unterzeichnen die Chartas im Rahmen der Grossanlässe 2025.
- Branchenschulung zum Thema Willkommenskultur und Sensibilisierung zu unterschiedlichen Gästegruppen.
- Systematischen Prozess zur Sammlung und Analyse von Gäste-Feedback implementieren.
- Die Tourismusakzeptanz in Basel wird erhoben. Die Kommunikation über das Angebot von BT für die lokale Bevölkerung wird verbessert.



Brücken bauen zwischen den Kulturen. Förderung von Austausch zwischen den Gästen und der lokalen Bevölkerung.

Targets

- Förderung der Möglichkeiten zum Austausch zwischen Gästen und lokaler Bevölkerung.
- Betonung des Basler Kulturerbes und Traditionen für tieferes Verständnis.
- Entwicklung authentischer Erlebnisse und Produkte.

Massnahmen 2025

- Die Rolle der Destination Basel als Hub für Natur- und Umwelterfahrungen in der Region stärken, einschliesslich Zusammenarbeit mit mindestens mind. einem Umweltakteur.
- Z'Gascht in dinere Stadt Kampagne wird erfolgreich umgesetzt (70% der Zimmer sind verkauft).



Basel ist für alle zugänglich.

Targets

- Verbesserung der Kommunikation von barrierefreien Angeboten auf basel.com mit zusätzlichen Links.
- Teilnahme an der Innotour-Initiative «Accessible Switzerland Tour» 2023–2025.
- 90 % der Tourismusbetriebe in Basel zeigen ihre Zugänglichkeitsdaten auf «ginto» (OK:GO).

Massnahmen 2025

- Vertreter*in für Barrierefreiheit ist Mitglied des NH-Rates.
- Lancierung der AST- Tour im Mai gemeinsam mit Claire & George.
- Aktualisierung der Schnittstellen zu barrierefreien Informationen.
- Anpassung der Website basel.com an die EU Accessibility Act.
- In Zusammenarbeit mit Sitios werden 30 neue Informationen über die Zugänglichkeit von touristischen Einrichtungen erhoben.