





Im Sommer reisten wieder Gäste aus dem Ausland und so viele Schweizerinnen und Schweizer wie noch nie nach Basel.

Editorial	4
Kennzahlen	6
Marketing und Sales	8
Convention Bureau	1C
Visitor Service	12
Finanzen, HR und Mitgliederwesen	14
Bilanz per 31.12.2021	16
Erfolgsrechnung 2021	17
Anhang Jahresrechnung	18
Revisionsbericht	19
Leistungsauftrag	20
Nachhaltigkeitsstrategie	21
Organigramm	22
Vorstand	23
Team	24
Mitglieder und Gönner	26
Flying Concierges	27
Statistik 2021	28

Editorial

Anfang 2021 durften wir uns über kleine Lichtblicke freuen. Zum einen wurde die Covid-Impfung früher als erwartet zugelassen und zeigte vielversprechende Resultate hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und der Eindämmung der Pandemie. Zum anderen zeichnete sich ab, dass die betroffene Branche, insbesondere die Hotellerie, vom Härtefallprogramm wirkungsvolle und substanzielle Hilfe erhalten würde und dadurch Konkurse im grossen Ausmass abgewendet werden können.

Dank dieser Aussichten konnte Basel Tourismus das Jahr voller Zuversicht und Motivation angehen. Mit einem ausserordentlichen Betriebsbeitrag für 2021 stellte uns die Regierung Mittel zur Verfügung, mit denen wir uns für die ersten Anzeichen einer Normalisierung bereit machten und im Sommer den Tourismus mit einer kräftigen nationalen Recovery-Kampagne stimulieren konnten. Wenige Monate später lancierten wir unsere Imagekampagne, um die Bekanntheit unserer neuen Marke «This is Basel» in der Schweiz und im angrenzenden Ausland zu steigern. Bereits im Frühjahr 2021 präsentierten wir unseren neuen, zeitgemässen Markenauftritt, der vom reibungslosen Relaunch unserer Website basel.com begleitet wurde. Zudem konnten wir 2021 das elektronische Logiernächte-Management nach 2,5 Jahren Entwicklungsarbeit erfolgreich einführen.

Zum Jahresende durften wir dann eine deutliche Zunahme der Anzahl der Hotelübernachtungen in Basel-Stadt verzeichnen. Zu verdanken war das grossen Veranstaltungen wie den Kunstturn-Europameisterschaften im April oder der Art Basel im September, die trotz schwieriger Rahmenbedingungen durchgeführt wurden. Wir dürfen annehmen, dass auch unsere grosse Werbekampagne, die wir im Sommer im Schweizer Markt lancierten, ihren Teil dazu beigetragen hat. Ab Juli zog auch der internationale Tourismus wieder an, seither übernachten wieder mehr ausländische als inländische Gäste in Basel. Erfreulich ist zudem, dass Basel von August bis Oktober von den meisten Schweizer Gästen seit Beginn der Erhebungen der Logiernächte besucht wurde – obwohl kaum Geschäftsreisen stattgefunden haben. Mit der erneuten Verschärfung der Pandemie auf die Wintermonate hin war leider zu rechnen. Aber natürlich war unsere Hoffnung gross, dass sich diese Welle nicht gar so mächtig und bedrohlich aufbauen würde. Der Basler Weihnachtsmarkt, der dank einem Schutzkonzept stattfinden konnte, bereitete Basel trotz allem einen würdigen Jahresabschluss.



Dr. Carlo Conti



Jahresbericht

basel.com/

jahresbericht

Daniel Egloff

online lesen: Mit der Entscheidung, unsere Staatsbeiträge für die Jahre 2022 und 2023 um 50 % anzuheben, haben die Regierung und das Parlament Anfang Dezember 2021 zum dritten Mal in zwei Jahren gezeigt, wie wichtig ihnen die Tourismuswirtschaft und wie gross ihr Vertrauen in unsere Organisation ist. Das gibt uns die Möglichkeit, den Wiederaufschwung im Tourismus zu beschleunigen. Wir werden unsere Kampagnen fortsetzen und sie weiterhin auf die Schweiz sowie die umliegenden europäischen Märkte ausrichten.

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Mitgliedern und allen, die für den Tourismus in Basel ihr Bestes geben!

hulo but

Präsident

Direktor

Fditorial

Kennzahlen



784607

+43,7%

Logiernächte in Basel



2889477

+45,08%

Sitzungen auf Basel.com



30 317

+19,8%

Besucherinnen und Besucher Tourist Information



175 292

-0,47%

Facebook Follower



2123

+53,1%

Teilnehmende öffentlicher Stadtrundgang



83

+16,9%

Betreute Journalistinnen und Journalisten



625

-54,7%

Verkaufte Pauschalen



325

-25,3%

Verkaufsgespräche mit Reiseveranstaltern



10

+42,9%

Kongresszuschläge



67164

+20,8%

Instagram Follower



2892

+708,8%

Flying Concierges Auskünfte

Die Prozentzahlen stellen die Abweichung zum Berichtsjahr 2020 da

 $\hat{\mathfrak{s}}$

THIS IS NOT A WANDER-**WEG** SCHWEIZ THIS IS MAL ANDERS BASEL

Sujet aus der Imagekampagne «Schweiz mal anders. This is Basel»

Marketing und Sales	2018	2019	2020	2021
Anzahl betreute Studienreisen	53	47	7	8
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	1064	1090	435	325
Anzahl betreute Journalisten	246	191	71	83
Sitzungen Website	2459936	3127508	1991658	2889477
Newsletter-Abonnenten	33249	20700	20981	25258
Facebook-Follower	171475	172252	176124	175292
Instagram-Follower	24400	37257	55599	67164

Marketing und Sales

Auch das zweite Corona-Jahr war kein einfaches, um Marketing zu betreiben. Abermals passten wir die geplanten Aktivitäten in den internationalen Zielmärkten immer wieder den aktuellen pandemiebedingten Gegebenheiten an, mussten sie verschieben oder mangels Reisebereitschaft der Zielgruppen gar absagen. Auf der anderen Seite waren wir gefordert, die wenigen Chancen zu ergreifen, die sich uns insbesondere im Heimmarkt boten, und im richtigen Moment die richtigen Kampagnen zu lancieren.

«Dass von August bis Oktober so viele Schweizer Gäste in Basel waren wie noch nie, ist ein positives Zeichen für die Zeit nach der Pandemie.»

Christoph Bosshardt, Leiter Marketing und Sales

Mit der Sommerkampagne «Basel macht dich wieder ferienfit» wurden die Schweizerinnen und Schweizer dazu animiert, ihre eingerosteten Reisefertigkeiten in Basel wieder aufzufrischen. Im Spätherbst erfolgte dann der Startschuss zu einer längerfristig angelegten Imagekampagne: Unsere neue Marke möchten wir mit der Botschaft «Schweiz mal anders. This is Basel» etablieren, indem wir mit einem Augenzwinkern veranschaulichen, wie gut man in Basel eine Auszeit vom Schweiz-Klischee geniessen kann.

Neben den Kampagnen beschäftigten uns insbesondere die Implementierung des neuen Markenauftritts und der damit einhergehende Relaunch unserer Webseite sowie des gesamten Corporate Designs. Beides konnte im Mai erfolgreich abgeschlossen werden. Mit «This is Basel. Der Podcast» lancierten wir im September ein neues Format für eine jüngere Zielgruppe, in welchem seither monatlich spannende Persönlichkeiten aus Basel über ihre Tätigkeiten und ihre Lieblingsorte in der Stadt berichten.

Obwohl einige Sales-Plattformen nicht wie geplant umgesetzt werden konnten, gab es auch in diesem Bereich Highlights zu verzeichnen: Im August trafen sich in Basel rund 50 kanadische Tour Operators zu einem gemeinsam mit Schweiz Tourismus und Air Canada organisierten Workshop. Im September nahm Basel Tourismus mit sechs Hotelpartnern am Switzerland Travel Mart in Interlaken teil und konnte sich 400 internationalen Veranstaltern präsentieren.

Als letzten Höhepunkt im Marketingjahr 2021 lancierte Basel Tourismus einen Online-Adventskalender. Von den knapp 9000 Personen, die an den Verlosungen der attraktiven Preise von 25 Basler Partnerbetrieben teilnahmen, haben sich fast 4000 für unseren Newsletter angemeldet.

8 Marketing und Sales

Convention Bureau

Die Meetingbranche durchlitt 2021 ein Wechselbad an Hoffen und Bangen. Bis Ende August fanden, wenn überhaupt, nur kleine Meetings vor Ort statt. Alle anderen Kongresse, Tagungen, Seminare und Schulungen wurden in den virtuellen Raum verlegt, sofern sie nicht verschoben oder annulliert wurden. Ab September nahm die Branche dann mit angezogener Handbremse erneut Fahrt auf, und in Basel trafen sich Kongressbesucherinnen und -besucher wieder live vor Ort - zunächst nur an nationalen Meetings, später ebenfalls an internationalen Treffen. Fürs Annual Biocontrol Industry Meeting ABIM 2021, das seit 2013 jeden Oktober in Basel stattfindet, reiste trotz hybrider Durchführung sogar rund die Hälfte der knapp 1000 Teilnehmenden aus 44 Ländern nach Basel.

Zu unserem Bedauern wurden auch die Messen und Workshops abgesagt, an denen wir in den Jahren vor der Pandemie Werbung für die Kongressstadt Basel machten. Damit wir uns trotzdem mit unseren Convention-Pool-Partnern austauschen konnten, wurden regelmässig virtuelle MICE* Meet-ups organisiert. Auch mit Meetingplanern aus dem Ausland hielten wir online Kontakt, oft in Kooperation mit dem Switzerland Convention & Incentive Bureau. So fanden mehrere virtuelle Studienreisen nach Basel statt, zum Beispiel die «Suisse Learning Expedition» im April:

Rund 120 Meetingplaner aus Frankreich schalteten sich per Livestream ins neue MCH Streaming Studio Basel zu.

Nachdem wir nicht an internationale Verkaufsplattformen reisen konnten, luden wir unsere Kunden nach Basel ein. Gemeinsam mit 21 Partnerunternehmen organisierte das Convention Bureau Basel im vergangenen Geschäftsjahr erstmals einen MICE Day. Über 100 Seminar- und Tagungsplaner aus der ganzen Deutschschweiz besichtigten am 1. Oktober unterschiedlichste Tagungs- und Eventlokalitäten in Basel und der Region. Der Anlass war ein voller Erfolg und wird gewiss nicht der letzte seiner Art bleiben.

«Das Ziel, sich wieder physisch treffen und austauschen zu können, ist greifbar nah.»

Stefan Bonsels, Sales Manager Convention Bureau

Im vergangenen Jahr reichte das Convention Bureau Basel gemeinsam mit seinen Partnern 18 Kandidaturen für Mehrtagesmeetings ein, die grösstenteils über 800 Teilnehmende erwarten. Wir sind bereit, das Jahr 2022 in Angriff zu nehmen, und danken unseren treuen Convention-Pool-Partnern sowie den zahlreichen Unternehmen, die wir 2021 als neue Partner begrüssen durften, für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung.



Ab September nahm die Meetingbranche langsam wieder Fahrt auf.

Convention Bureau	2018	2019	2020	2021
Eingereichte Kongressbewerbungen	40	42	25	18
Kongresszuschläge	13	5	7	10

10 Convention Bureau

^{*} Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions





Die selbstgeführte BeerTour ist seit 2021 als kulinarisches Erlebnis buchbar.

Visitor Service	2018	2019	2020	2021
Besucherfrequenz Tourist Information	190678	168795	25314	30 317
Beantwortete Anrufe und E-Mails	27378	30261	21585	17459
Umsatz Warenhandel/Dienstleistungen (CHF)	1434506	1604170	616 228	488746
Anzahl privater Gruppenführungen	3783	4141	663	1511
Teilnehmende an öffentlichen Stadtrundgängen	5696	6202	1387	2123
Teilnehmende an szenischen Rundgängen	1308	1538	318	360
Verkaufte Pauschalen	1564	2697	1381	625

Visitor Service

Auch 2021 war der Visitor Service sehr stark von der Corona-Pandemie betroffen. Der Arbeitsalltag in den Abteilungen Tourist Information, Guest Service sowie Guided Tours war geprägt von einem nicht enden wollenden Kreislauf von Buchungen, Umbuchungen, Stornierungen, Neubuchungen und erneuten Stornierungen. Neben einem Höchstmass an Einsatzbereitschaft erforderte dies von allen Mitarbeitenden eine noch grössere Flexibilität und Loyalität. Zusätzlich forderten die Corona-Massnahmen des Bundes und des Kantons mit einem erneuten Lockdown und entsprechenden Einschränkungen der internationalen Reisetätigkeit und die daraus resultierende Kurzarbeit ihren Tribut an die Performance unseres Teams.

«Es ist, wie es ist. Wir nutzen diese Zeiten, um unser Angebot zu erweitern und zu verbessern, sodass wir unseren Gästen künftig nachhaltige Erlebnisse in Basel ermöglichen können.»

Frédéric Pothier, Leiter Visitor Service

Willkommene und dringend benötigte Silberstreifen am Horizont waren die Grossveranstaltungen im Jahr 2021, für welche wir das Unterkunftshandling und Infodesks organisieren durften.

Der Sommer bescherte uns wieder Besucherinnen und Besucher aus dem Ausland und so viele Schweizer Gäste wie noch nie. Glücklicherweise konnten sich so Frequenzen und Umsätze im vergangenen Geschäftsjahr wieder erholen. Die Tourist Information empfing 20 % mehr Gäste als 2020. Guided Tours organisierte deutlich mehr öffentliche Führungen (+42 %) und Gruppenführungen (+74 %) als im Vorjahr. Auch der Guest Service verzeichnete mehr Anfragen dank der Durchführung grosser Events. Dazu gehörten die Kunstturn-EM, die Art Basel, die Basler Herbstmesse und der Weihnachtsmarkt sowie hochkarätige Ausstellungen wie Goya in der Fondation Beyeler oder Pissarro im Kunstmuseum Basel. Insgesamt stiegen die durch den Guest Service vermittelten Logiernächte um 200 %.

Es zeichnet sich ein positiver Trend ab, der sich auch in den Buchungsanfragen widerspiegelt: Die Nachfrage nach Stadtführungen im Frühling und Sommer 2022 sowie nach Unterkünften für Kongresse und Seminare lässt uns zuversichtlich in die Zukunft blicken.

12 Visitor Service 13

Finanzen, HR und Mitgliederwesen

Nach dem drastischen Einbruch im Jahr 2020 konnten im vergangenen Jahr praktisch alle Bereiche der Organisation eine spürbare Erholung verzeichnen. Die Erträge aus den Gasttaxen steigerten sich um 47 % auf CHF 2,2 Millionen gegenüber CHF 1,5 Millionen im Jahr 2020.

Dank Unterstützungsbeiträgen durch den Kanton Basel-Stadt in der Höhe von CHF 0,7 Millionen haben wir das Jahr verhältnismässig gut überstanden. Die Kurzarbeitsentschädigungen begleiteten uns auch im zweiten Pandemiejahr: Ein grosser Teil der Belegschaft war bis im Herbst von Kurzarbeit betroffen.

«Die Kurzarbeit und die finanzielle kantonale Unterstützung waren auch im zweiten Pandemiejahr eine wichtige Stütze.»

Danilo Maccauso, Leiter Finanzen, HR und Mitgliederwesen

Erfreulich war, dass 2021 zwei Mitgliederanlässe unter Einhaltung der geltenden Schutzmassnahmen erfolgreich durchgeführt werden konnten: Eine begrenzte Teilnehmerzahl erhielt die exklusive Gelegenheit, das Mövenpick Hotel Basel am ehemaligen Standort des Hilton und das Hotel Märthof am Marktplatz zu besichtigen.

Die Nachfrage nach den Führungen in den neu eröffneten Hotels war so gross, dass zusätzliche Termine angeboten wurden. Wir freuen uns, dass auch im laufenden Jahr wieder Mitgliederevents geplant sind, bei denen etablierte sowie neue Basler Institutionen hinter ihre Kulissen blicken lassen.



Für die Mitglieder von Basel Tourismus fanden exklusive Führungen im neuen Mövenpick Hotel Basel ...



... und im neuen Hotel Märthof statt.

Mitgliederwesen/Gasttaxenbeiträge	2018	2019	2020	2021
Mitgliederbeiträge (CHF)	367261	343388	315 869	295812
Mitgliederbestand am 31.12.	1403	1320	1251	1164
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	115	106	105	95
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	176	176	171	167
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	806	740	681	626
Anzahl übrige Mitglieder per 31.12.	306	298	294	276
Gasttaxen Hotels (Anteil BT in CHF)*	3903619	4099849	1405879	2061069
Gasttaxen Airbnb** (Anteil BT in CHF)*	53329	306288	106505	161895

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

14 Finanzen, HR und Mitgliederwesen 15

Bilanz per 31.12.2021

Erfolgsrechnung 2021

Aktiven	31.12.2021 in CHF	31.12.2020 in CHF	
Flüssige Mittel	1324053	2005644	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	263130	124 835	
./. Delkredere	-25000	- 25000	
Übrige kurzfristige Forderungen	513915	82357	
Vorräte	90330	93781	
Aktive Rechnungsabgrenzung	628 056	325 095	
	2794484	2606712	
Maschinen / Apparate	1	1	
Mobilien	1	1	
Umzug	1	1	
EDV-Anlagen	1	1	
Sachanlagen	4	4	
IRS/Internet	1	1	
Immaterielle Werte	1	1	
	5	5	
Total Aktiven	2794489	2606717	
Passiven Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	316122	198336	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	344825	131188	
Passive Rechnungsabgrenzung	629220	750302	
Kurzfristiges Fremdkapital	1290167		
Übrige langfristige Verbindlichkeiten			
	123.706	1079825	
	123706	1079 825 132728	
Rückstellungen langfristig	300000	1079 825 132 728 300 000	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital	300000 423706	1079 825 132728 300000 432728	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital	300000	1079 825 132 728 300 000	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital	300000 423706 1713873	1079 825 132728 300000 432728 1512553	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing	300000 423706	1079 825 132728 300000 432728	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing Fonds für Gästeangebote	300000 423706 1713873	1079 825 132728 300000 432728 1512553	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing	300000 423706 1713873 391600 508700	1079 825 132728 300000 432728 1512553 406300 508700	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing Fonds für Gästeangebote Fondskapital	300000 423706 1713873 391600 508700 900300	1079 825 132728 300000 432728 1512553 406300 508700 915000	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing Fonds für Gästeangebote Fondskapital Vereinskapital	300000 423706 1713873 391600 508700 900300 159434	1079 825 132728 300000 432728 1512553 406300 508700 915000 159434	
Rückstellungen langfristig Langfristiges Fremdkapital Fremdkapital Eigenkapital Fonds für Projekte und Marketing Fonds für Gästeangebote Fondskapital Vereinskapital Freies Kapital	300000 423706 1713873 391600 508700 900300 159434 20883	1079 825 132 728 300 000 432 728 1512 553 406 300 508 700 915 000 159 434 19730	

	2021 in CHF	2020 in CHF
Führungen und Ausflüge	562543	369151
Guest Service	1653533	348042
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	488746	616228
Marketing/PR	936 081	676525
Übriger Ertrag	39 045	104535
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	3679949	2114 481
Staatsbeiträge	2600000	2600000
Gasttaxen	2222964	1512384
Mitgliederbeiträge	295812	315 869
Ertrag aus Beiträgen	5118776	4 428 253
Betrieblicher Ertrag	8798725	6542734
Führungen und Ausflüge	-96629	-64402
Guest Service	-1444093	-272553
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	-368409	-511685
BaselCard	-456815	-375882
Marketing / PR	-2478953	-1914487
Übriger Aufwand	-12830	-58598
Material- und Dienstleistungsaufwand	-4857729	- 3197608
Personalaufwand	-3145259	-3035536
Mietaufwand	-353047	-359160
Büro- und Verwaltungsaufwand	-359131	-364509
Aufwand Verein	-74904	-74836
Abschreibungen	-40 835	-60498
Betriebsaufwand	-3973177	- 3894539
Finanzaufwand	-8376	-2771
Finanzertrag	10	621
Finanzergebnis	-8366	- 2151
Betriebsergebnis	-40547	-551563
Betriebsfremder Ertrag	27000	27000
Ausserordentlicher Ertrag/Periodenfremder Ertrag	0	0
Jahresergebnis	-13547	-524563
Äufnung Fondskapital	0	- 29000
Verwendung Fondskapital	14700	555000
Äufnung Freies Kapital	-1153	- 1437
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	2021	2020
Triumph-Adler AG Druckerleasing	13910	25742
Fester Mietvertrag Bürogebäude und TI Casino bis 31.3.2022	76423	382365
Fester Mietvertrag Bürogebäude und TI Casino bis 31.3.2027	1413 042	-
Fester Mietvertrag TI SBB bis 31.12.2024 (aufgelöst)	0	115 886

Massnahmen Covid-19-Pandemie

Im Zuge der Pandemie wurden wir im Geschäftsjahr vom Kanton Basel-Stadt mit einem a.o. Staatsbeitrag von TCHF 700 unterstützt, um unseren Betrieb aufrecht zu erhalten und unsere Dienstleistungen weiterhin gewährleisten zu können. Um den Tourismus in Basel weiter anzukurbeln, wurde die Recovery-Marketingkampagne für die Destination Basel weitergeführt.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir Kurzarbeitsentschädigungen im Umfang von TCHF 791 erhalten. 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 2021 nicht beansprucht.

Erweiterter Anhang/Geldflussrechnung/Lagebericht

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

Revisionsbericht

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2021 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 angemessen Detailprüfungen der beim geprüften Verein vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

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

PricewaterhouseCoopers AG

Ralph Maiocchi Revisionsexperte Leitender Revisor

Basel, 6. April 2022

Tharsika Sutharsan Revisionsexpertin

19

Leistungsauftrag

Basel Tourismus bezweckt in enger Zusammenarbeit mit den Behörden, den touristischen Partnern und weiteren interessierten Kreisen die Förderung des Tourismus für die Stadt Basel und ihre Umgebung. Der Verein Basel Tourismus nimmt folgende Aufgaben wahr:

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

Partnerschaften von Basel Tourismus (Auszug)

Nationale Partner

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

etc.

Kantonale und regionale Partner

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

Internationale Partner

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

Lokale Partner und Leistungsträger

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

etc.

Nachhaltigkeitsstrategie

Ebenso wie in anderen Branchen gewinnt das Thema Nachhaltigkeit sowohl im Freizeit- als auch im Geschäftstourismus an immer mehr Bedeutung. Die Schweiz gehört bereits zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit – nicht nur in Bezug auf die Landschaft, sondern auch dank ihrer exzellenten Infrastruktur. Gerade Schweizer Städte überzeugen durch ihre räumliche Nähe. Nirgends liegen Attraktionen, Kultur, Restaurants, Geheimtipps und Shopping näher beieinander. So auch in Basel. Und gerade deshalb ist man mit Eifer und Motivation dabei, die Destination in puncto Nachhaltigkeit weiter auszubauen und zu fördern. Dies passiert nicht nur innerhalb der Organisation Basel Tourismus, sondern in enger Zusammenarbeit mit Stadt und Kanton sowie diversen touristischen Leistungsträgern und Stakeholdern. Ansporn und Ziel ist es, die Destination Basel langfristig als anerkannte Smart City zu positionieren.

Unter Berücksichtigung von ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Aspekten haben wir eine eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und in die Unternehmensstrategie integriert:

Better Tourism

Basel Tourismus sorgt dafür, dass sich Übernachtungsgäste in Basel willkommen fühlen und ihren Aufenthalt als das grösstmögliche Erlebnis empfinden. Zugleich unterstützt Basel Tourismus dabei, dass die Gäste den kleinstmöglichen ökologischen Fussabdruck hinterlassen.

Sustainable Leader

Basel Tourismus übernimmt eine Vorbildfunktior für die lokalen Tourismusbetriebe in Bezug auf Nachhaltigkeit, indem innerhalb des eigenen Betriebs vorbildlich nachhaltig agiert und Nachhaltigkeitsaktivitäten koordiniert werden.

Partnerships @ its best

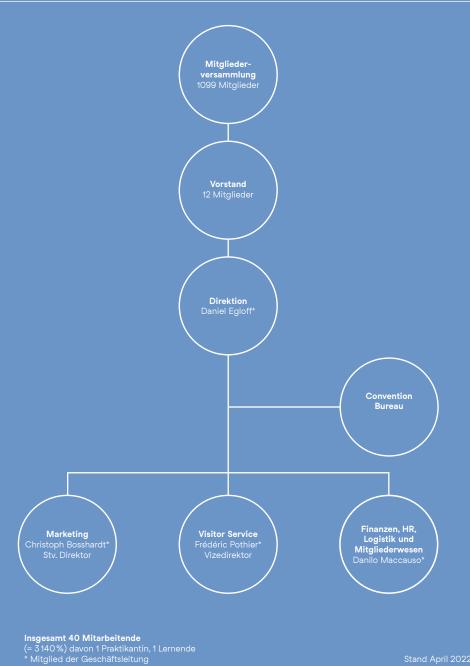
Basel Tourismus intensiviert und fördert systematisch die Kooperation mit dem Kanton sowie weiteren Institutionen und Organisationer ausserhalb des touristischen Bereichs und trägt damit zu einer ganzheitlichen nachhaltigen Destinationsentwicklung bei.

Unique experiences

Basel ist eine internationale, weltoffene und gastfreundliche Destination, die ihren Gästen ein einmaliges Erlebnis aus Kunst, Kultur und Architektur sowie Tradition und Moderne bietet. Basel Tourismus trägt dazu bei, dass alle Menschen daran friedlich teilhaben können und sich dabei wohl und zugehörig fühlen.

Damit wir über die internationalen Entwicklungen im nachhaltigen Tourismus stets auf dem Laufenden sind und mit anderen Destinationen in Austausch bleiben, nimmt Basel Tourismus seit 2021 am Swisstainable-Programm von Schweiz Tourismus und am Global Destination Sustainability Index (GDSI) teil.

Organigramm



Vorstand



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



Dr. Ruth Ludwig-Hagemann (1950) Vizepräsidentin Delegierte des Vorstands der GGG (Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige)



Martin Dätwyler (1969) Direktor Handelskammer beider Basel



Dr. Daniel Fischer (1957) Inhaber und Geschäftsführer Daniel Fischer & Partner



Nadine Gembler (1970) Leiterin Personal Christoph Merian Stiftung



Marc Haubensak (1954) Hotelier



Alexandre Kaden (1969) Vorstand Wirteverband Basel-Stadt



Dr. Anna-Marleen Plume Leiterin Fachstelle Volkswirtschaftliche Grundlagen, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Vertreterin des Kantons Basel-Stadt



Jonas Scharf (1968)Leiter Venues MCH Group



Petra Studer (1975)Leiterin Netzwerk FUTURE - Wissenschaft & Politik



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



Raphael Wyniger Inhaber Wyniger Gruppe Präsident Hotellerie Suisse Basel und Region

Stand Berichtsjahr 2021

Team



Alexandra Auci** **Guided Tours**



Stefan Bonsels Convention Bureau



Christoph Bosshardt* Marketing und Sales



Josepha Bosshart Marketing und Sales



Sarah Bruhin Online Marketing



Diana Maasberg Tourist Information



Danilo Maccauso* Finanzen, HR und Logistik



Alessandro Mariano Tourist Information



Natascha Martin Marketing und Sales



David Meistertzheim** Logistik



Sara Covino **Guided Tours**



Ramona Debus Convention Bureau



Daniel Egloff* Direktion



Michelangelo Faralli Tourist Information



Vera Flückiger Marketing und Sales



Johanna Miethke Convention Bureau



Ann Müller Management Support



Rosetta Negro Tourist Information



Daia Nett **Guest Service**



Michaela Popp** Guest Service



Anne Fonjallaz **Guest Service**



Aline Franklin Online Marketing



Francesca Gasser **Guest Service**



Seraina Haberthür **Guided Tours**



Silvio lacconi Online Marketing



Frédéric Pothier* Visitor Service



Dieter Reichhart Logistik



Christina Rentsch Guest Service



Isidora Rudolph Marketing und Sales



Barbara Rüesch Tourist Information



Melanie Kolofrat Marketing und Sales



Simone Krähenbühl **Guest Service**



Joëlle Kretzschmar Management Support



Barbara Lustenberger **Guided Tours**



Stefanie Lutz Auszubildende



Zoé Schürch Business Development und Digitalisierung



Stefanie Tat **Guided Tours**



Sina Thüring Online Marketing



Madeleine Umbricht Tourist Information



Damaris Wiedmer Guided Tours

^{*}Abteilungsleitung | **Teamleitung | Stand April 2022

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung

This is Basel. Mit dieser Botschaft vermarktet Basel Tourismus das touristische Angebot unserer Stadt und setzt all seine überraschenden Facetten in Szene. Mit unseren Verkaufs-, PR- und Marketing-Aktivitäten sorgen wir dafür, dass Basel mit seinem besonderen Flair bis weit über die Landesgrenzen bekannt wird.

Ob Privatperson, Unternehmen, Hotel oder Gastrobetrieb, jedes einzelne Mitglied hilft uns dabei, dieses Ziel zu erreichen. Unsere Mitglieder und Gönner sind alle an einer florierenden Tourismuswirtschaft interessiert und unterstützen uns dabei, Basel als Destination international zu vermarkten.

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Mitgliedern für ihre Unterstützung und ihre Treue zu unserem Verein. Da wir hier leider nicht alle Mitglieder und Gönner namentlich aufführen können, beschränken wir uns auf Kollektivmitglieder.

Mitglieder und Gönner von Basel Tourismus

Ab CHF 1000

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

Ab CHF 3000

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

Sind Sie noch nicht Mitglied? Möchten auch Sie einen wichtigen Beitrag zur Tourismusförderung leisten?

Wir freuen uns, Sie als Mitglied von Basel Tourismus zu begrüssen.

Mehr Informationen:

www.basel.com/mitgliedschaft

Flying Concierges

Die Flying Concierges stehen den Gästen mit Rat und Tat zur Seite und schaffen somit einen einzigartigen Welcome-Service für die Besucher der Stadt. Ihren ehrenamtlichen Einsatz leisten sie jeweils während wichtiger Messen und Grossveranstaltungen an stark frequentierten Standorten in Basel.

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

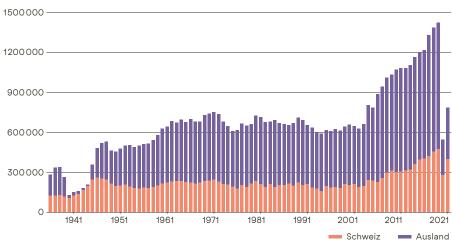
Altorfer Ruth	Fischer Irene	Kern Jutta	R
Altorfer Werni	Fritsche Romy	Kölliker Fritz	S
Bader Felix	Gebhard Käthi	Kouba Bonsels Birgit	S
Benkler Christoph	Gherardi Clarisse	Küng Markus	S
Betschart Iris	Gissler Peter	Lauber Doris	S
Binder Arnold	Glauser Esther	Lauber Roberto	S
Blank Diana	Gross Daniel	Lorenz Angelika	S
Blank Susanne	Grütter Ruth	Masthoff Jan	S
Bornhauser Felix	Gugger Roger	Matti Michael	S
Bubendorf Beat	Hartmann Wally	Morelli Gian Paolo	S
Burgin Debbie	Heitz Esther	Morrison Christopher	S
Bussinger Hanspeter	Holtorf Anke	Mosimann Markus	S
Casertano Fabio	Honold Felix	Müller Liliane	S
Cesaro Jleana	Horat Annamarie	Müller-Roth Anne	S
Demierre Schlaeppi Anne	Hunkeler Verena	Pohlig Gabriele	T
Dunning Jenny	Kaufmann Serge	Rinaldi Mario	V
Engler Vesna	Keller Maria	Roggo Roland	
Erni Hans-Jürg	Kern Albrecht	Rothschild Catherine Lea	

Rubin-Liu Lixia Sandoz Claudine Sangiovanni Silvia Schaad Monika Schlecht Günther Schlubeck Christine Schönenberger Cornelia Schüpbach Salome Sigrist Ronald Sinniger Alekko Springer Gerhard G. Stalder Doris Studer Melissa Studer Roland Tschäppeler Sibylle Weber Jürg

Stand April 2022 Stand 31.12.2021

Statistik 2021

Logiernächteentwicklung seit 1936



Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt, Tourismusstatistik

Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen seit 2017

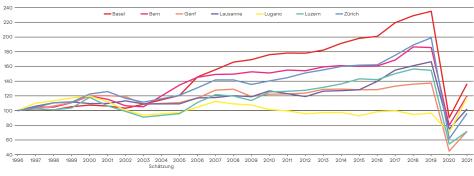
	2017	2018	2019	2020	2021
Logiernächte Basel-Stadt (ohne Airbnb)	1328 047	1386499	1423486	545906	784607
Airbnb-Logiernächte*	0	18453	105982	37376	56019
Über BT gebuchte Logiernächte	22029	15354	13941	3073	9141
Verkaufte Pauschalen	2191	1564	2697	1381	625
Beantwortete Anrufe und E-Mails	28169	27378	30 261	21585	17459
Besucherfrequenz Tourist Information	158995	190678	168795	25314	30 317
Selbst erwirtschaftete Erträge in CHF	2222122	2265001	2374136	1371212	1719733
Anzahl privater Gruppenführungen	3491	3783	4141	663	1511
Marketing Cash-out in CHF	2429374	2585932	2568361	1914487	2478953
DB Führungen in CHF	351355	407598	491513	94251	119 018
DB Souvenirkauf in CHF	219 554	252498	280237	104543	120337

* 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: 1996 = 100)



Quelle: Zürich Tourismus

Logiernächteentwicklung Basels im Vergleich mit sechs Schweizer Städten

	2017	2018	2019	2020	2021
Basel*	1328 047	1386499	1423486	545906	784607
Bern	753910	833025	829306	356038	511474
Genf	2114793	2158493	2182411	708755	1102356
Lausanne	921777	957041	989353	443045	597123
Lugano	526382	500448	509355	367102	587979
Luzern	1343229	1399288	1382980	484891	619486
Zürich	3194598	3447702	3626086	1117197	1650531

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

Statistik 2021

Top-Quellmärkte im Vergleich zu 2011

Rang Index	Herkunftsland (2011 = 100)	Logiernächte 2021	Logiernächte 2011	Marktanteil 2021	Logiernächte- entwicklung	Logiernächte- entwicklung in %
1	Schweiz	401814	306478	51,2%	95336	31,1%
2	Deutschland	115520	195333	14,7%	-79813	-40,9%
3	Frankreich	34673	47407	4,4%	-12734	-26,9%
4	Grossbritannien	16002	83728	2,0%	-67726	-80,9%
5	USA	30135	107913	3,8%	-77778	-72,1%
6	Niederlande	34189	29277	4,4%	4912	-16,8%
7	Italien	23598	42214	3,0%	-18616	-44,1%
8	Belgien	11451	14917	1,5%	-3466	-23,2%
9	Spanien	14657	23998	1,9%	-9341	-38,9%
10	Österreich	8633	14210	1,1%	-5577	-39,2%
11	Polen	5331	7038	0,7%	-1707	-24,3%
12	Indien	3141	12612	0,4%	-9471	-75,1%
13	Russland	3930	10310	0,5%	-6380	-61,9%
14	Türkei	6501	5635	0,8%	866	15,4%
15	Irland (Eire)	2596	4507	0,3%	-1911	-42,4%
16	Ungarn	3205	5264	0,4%	-2059	-39,1%
17	Dänemark	4083	6376	0,5%	-2293	-36,0%
18	Rumänien	4801	4255	0,6%	546	12,8%
19	Brasilien	3271	12920	0,4%	-9649	-74,7%
20	China (ohne Hongkong	j) 1115	11679	0,1%	-10564	-90,5%
21	Portugal	4311	4385	0,5%	-74	-1,7%
22	Kanada	2487	9667	0,3%	-7180	-74,3%
23	Tschechische Republik	1509	4237	0,2%	-2728	-64,4%
24	Übrige	47654	114943	6,1%	-67289	-58,5%
Total		784607	1079303	100%	-294696	-27,3%

Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt



Basel Tourismus wird 2022 seine Kampagnen fortsetzen, mit einem stärkeren Fokus auf Europa.

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus

Gestaltung: Basel Tourismus / kreisvier communications AG

Druck: Birkhäuser+GBC AG

Titelseite: Olafur Eliasson, «Life», 2021, Installation view: Fondation Beyeler, Riehen/Basel, 2021, Courtesy of the artist; neugerriemschneider, Berlin; Tanya Bonakdar Gallery, New York / Los Angeles, © 2021 Olafur Eliasson, Photo: Mark Niedermann

Basel Tourismus

CH-4010 Basel Tel. +41 61 268 68 68 info@basel.com www.basel.com #thisisbasel