

JAHRESBERICHT 2019

BASEL TOURISMUS.





Basler Münster bei Morgendämmerung

INHALTSVERZEICHNIS.

4	Editorial
6	Die Kennzahlen
8	Marketing & Sales
10	Convention Bureau
12	Visitor Service
14	Finanzen, HR & Mitgliederwesen
16	Die Bilanz per 31.12.2019
17	Die Erfolgsrechnung 2019
18	Der Anhang zur Jahresrechnung 2019
19	Der Revisorenbericht
20	Leistungsauftrag Basel Tourismus
21	Der Vorstand
22	Die Tourismuskommission & die Ehrenpinträger
23	Das Organigramm
24	Das Team
26	Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung
27	Flying Concierges
28	Die Statistik 2019

EDITORIAL.



Dr. Carlo Conti

Das Jahr 2019 stand im Zeichen der Digitalisierung und Prozessoptimierung. Organisatorisch sind wir seit dem 1. Januar 2019 im Bereich «Visitor Service» und «Convention Bureau» neu aufgestellt. Die durch diese Reorganisation erreichten Synergieeffekte wie auch rekordverdächtige Zufriedenheitswerte der Befragung unserer Convention Partner bestätigen unseren Entscheid rückblickend.

Neben organisatorischen Fragen standen jedoch auch IT-Projekte im Vordergrund. Zum Beispiel die Einführung einer internen Kommunikations- und Chat-Plattform und einer cloudbasierten Dokumentenverwaltung. Beide Projekte helfen uns, die Prozesse zu vereinfachen. Das gleiche Ziel verfolgen wir mit einer neuen CRM-Lösung wie auch mit der Entwicklung eines elektronischen Logiernächte-Managements.

Im Fokus stehen aber vor allem unsere Gäste. Die BaselCard möchten wir deshalb zur digitalen Gästekarte weiterentwickeln. Auch der geplante Relaunch von Basel.com soll zukünftig zu einem noch attraktiveren Nutzererlebnis beitragen.

Operativ gesehen dürfen wir auf ein starkes Tourismusjahr zurückblicken. Basel glänzte einerseits als Gastgeberin namhafter Grosskongresse und als Incentive Destination einer grossen Reisegruppe aus China. Andererseits erfreut sich die Stadt über einen anhaltend wachsenden Freizeittourismus. Dafür gesorgt haben besondere Erlebnisse, wie beispielsweise die bisher hochkarätigste Sonderausstellung der Fondation Beyeler überhaupt: «Der frühe Picasso – Blaue und Rosa Periode». Entsprechend zugelegt hat die Zahl der Logiernächte, die mit einer Steigerung von 1 386 499 im Vorjahr auf neu 1 423 486 ein erneutes Wachstum von +2.7% aufweist. Insbesondere der Anstieg der Hotel-Auslastung an den Wochenenden (von 52.8% auf 55.5%) ist ein positives Indiz dafür, dass der Freizeittourismus stärker wird. Hinzu kommt, dass wir punkto Hotelübernachtungen auch im schweizweiten Städtevergleich an Bedeutung gewinnen. Basel konnte im Jahr 2019 nun auch noch Luzern überholen und ist so auf den dritten Platz hinter Zürich und Genf vorgerückt.

MEHR ZU UNSEREN
AKTIVITÄTEN UNTER
**BASEL.COM/
JAHRESBERICHT**

Dank des revidierten Gasttaxengesetzes und der darauffolgenden Vereinbarung mit Airbnb konnten wir mit CHF 306 000 aus der Parahotellerie spürbar mehr Gasttaxen-Erträge generieren. Diese wiederum werden für Leistungen eingesetzt, die dem Gast zugutekommen, wie beispielsweise die BaselCard, die auch im vergangenen Jahr rege genutzt wurde.

Darüber hinaus konzentrieren wir uns weiterhin auf unsere Kernaufgabe, den Ausbau des Freizeit- und Kongresstourismus. Dabei setzen wir gezielt auf ein gehobenes Kultursegment und möchten neben Kongressveranstaltungen auch im Bereich Incentive-Reisen aktiv werden.

2020 ist für alle touristischen Akteure ein sehr herausforderndes Jahr. Noch nie hat eine Krise unsere Branche so stark getroffen wie die Corona-Pandemie. Nach einem positiven Start in den ersten zwei Monaten und der erfreulichen Aussicht auf die neuen Hotelangebote ist der Tourismus in unserer Stadt abrupt zum Stillstand gekommen. Touristisches Marketing ist zu Zeiten von globalen Reisebeschränkungen und Versammlungsverboten kaum möglich und nur bedingt sinnvoll. Wir sind gefordert, unsere Ressourcen neu auf die Zeit nach «Corona» auszurichten und freuen uns, wenn wir dann mit Ihrer Unterstützung wieder zahlreiche Gäste in unserer schönen Stadt willkommen heissen dürfen.

Wir bedanken uns herzlich für die gute Zusammenarbeit.

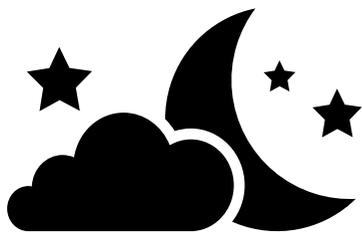


Daniel Egloff

Dr. Carlo Conti
Präsident

Daniel Egloff
Direktor

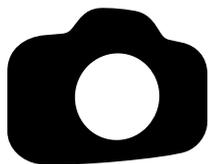
DIE KENNZAHLEN.



1 423 486

+2.7%

LOGIERNÄCHTE
IN BASEL



191

-22.4%

BETREUTE
JOURNALISTEN



172 252

+0.5%

FACEBOOK
FOLLOWER



2697

+72.4%

VERKAUFTE
PAUSCHALEN



10 310

-13.9%

FLYING CONCIERGES
AUSKÜNFTE

Die Prozentzahlen stellen die Abweichung
zum Berichtsjahr 2018 dar.



168795

-11.5%

BESUCHER
TOURIST INFORMATION



3 127 508

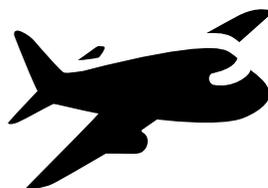
+27.1%

SITZUNGEN AUF
BASEL.COM

1 090

+2.4%

VERKAUFSGESPRÄCHE
MIT REISEVERANSTALTERN



6 202

+8.9%

ÖFFENTLICHE
STADTRUNDGÄNGE



5

-61.5%

KONGRESS-
ZUSCHLÄGE

MARKETING & SALES.



Marketing & Sales

	2016	2017	2018	2019
Anzahl betreute Studienreisen	47	38	53	47
Persönlich geführte Verkaufsgespräche	705	709	1064	1090
Anzahl betreute Journalisten	252	221	246	191
Sitzungen Webseite	1 589 765	1 833 790	2 459 936	3 127 508
Newsletter-Abonnenten	28 918	31 309	33 249	20 700
Facebook-Follower	157 457	168 326	171 475	172 252

Basel auf der Weltkarte sichtbar zu machen, ist heute eine vielschichtige Aufgabe. Längst gibt es für jeden Flecken Erde ein digitales Abbild, das gepflegt werden will. Zukunftsforscher prophezeien, dass wir die Reiseplanung bald nur noch digitalen Assistenten überlassen. Auf der anderen Seite erleben wir bei der Vermarktung unserer Stadt mehr denn je, wie wichtig persönliche Begegnungen und inspirierende Erlebnisse sind – die dann, vom Gast selbst geteilt oder bewertet werden und wiederum den Weg ins Netz finden.

Im 2019 haben wir deshalb an der Erlebnisqualität und ausgefallenen Angeboten gearbeitet. Eine neue FoodTour zeigt unseren Gästen beispielsweise «das andere Basel» und E-Bikes können neuerdings für nur CHF 20 gemietet werden. Im Sommer schoss der Oris Fotopoint tausende Bilder von winkenden Rheinschwimmern und erfreute sich neben der lokalen Begeisterung grosser Medienresonanz.

DER FREIZEITTOURISMUS FLORIERT.

«Die in den Basler Hotels wiederum gestiegene Zimmerauslastung an den Wochenenden ist ein Indiz, dass der Freizeittourismus weiterhin wächst».

Christoph Bosshardt, Leiter Marketing & Sales

Dass wir im Netz sichtbar bleiben konnten, zeigen die Ergebnisse unserer Kanäle: Die Webseite verzeichnete erstmals über 3 Millionen Sitzungen. Auf Social Media erreichten wir über vier Millionen User. Und das Netzwerk der «Basel Botschafter» umfasst heute 10 Influencer und hilft uns, täglich Bilder in die Welt hinaus zu posten. Aber auch die 271 Medienberichte haben dazu beigetragen, unsere Stadt als Reiseziel international zu vermarkten. Highlights in der Medienarbeit waren Anlässe, an denen wir mit Partnern werben konnten: Im Mai waren wir mit dem Grand Hotel Les Trois Rois und seinem Graffiti Bentley in Berlin und im Dezember traten wir gemeinsam mit dem Kunstmuseum in New York City auf.

Im Bereich Sales empfangen wir wiederum über 400 Teilnehmende von Studienreisen und Site Inspections. Ein Highlight war der im Oktober stattfindende Swiss Travel Pass Gala-Event mit über 100 internationalen Top-Verkäufern. Ebenfalls ein Höhepunkt war die Teilnahme am Switzerland Travel Mart in Luzern, an dem wir mit insgesamt 8 Hotelpartnern vertreten waren.

CONVENTION BUREAU.

«This is one of the best conferences people have ever been part of», so zitierte Professor Manuel Battegay, Chefarzt der Klinik für Infektologie & Spitalhygiene des Universitätsspital Basel seine begeisterten Gäste, die er als Co-Vorsitzender der European AIDS Conference im November 2019 nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung verabschiedete.

Basel verzeichnete 2019 ein ausserordentlich gutes Kongressjahr mit vielen internationalen Meetings. Besonders grosse, sogenannte «Leuchtturmkongresse» waren der Congress of the International Society of Blood Transfusion (ISBT) mit 2 000 Teilnehmenden, der World Congress of the International Health Economics Association (IHEA) mit 2 500 Teilnehmenden und die European AIDS Conference (EACS) mit 3 100 Teilnehmenden. Aber auch der International Military Medicine Congress oder der Global Summit of Women brachten Basel zahlreiche Logiernächte und ein positives Image als Gastgeber-Stadt. Insgesamt neun mehrtägige internationale Kongresse mit jeweils mehr als 900 Teilnehmenden fanden hier statt, vier davon erfreulicherweise im generell schwächeren Sommermonat Juli.

WER SÄT, DER ERNTET.

«Die intensiven Akquisitionsbemühungen der vergangenen Jahre haben sich 2019 mit herausragenden Kongressen bezahlt gemacht».

Ramona Debus, Leiterin Convention Bureau

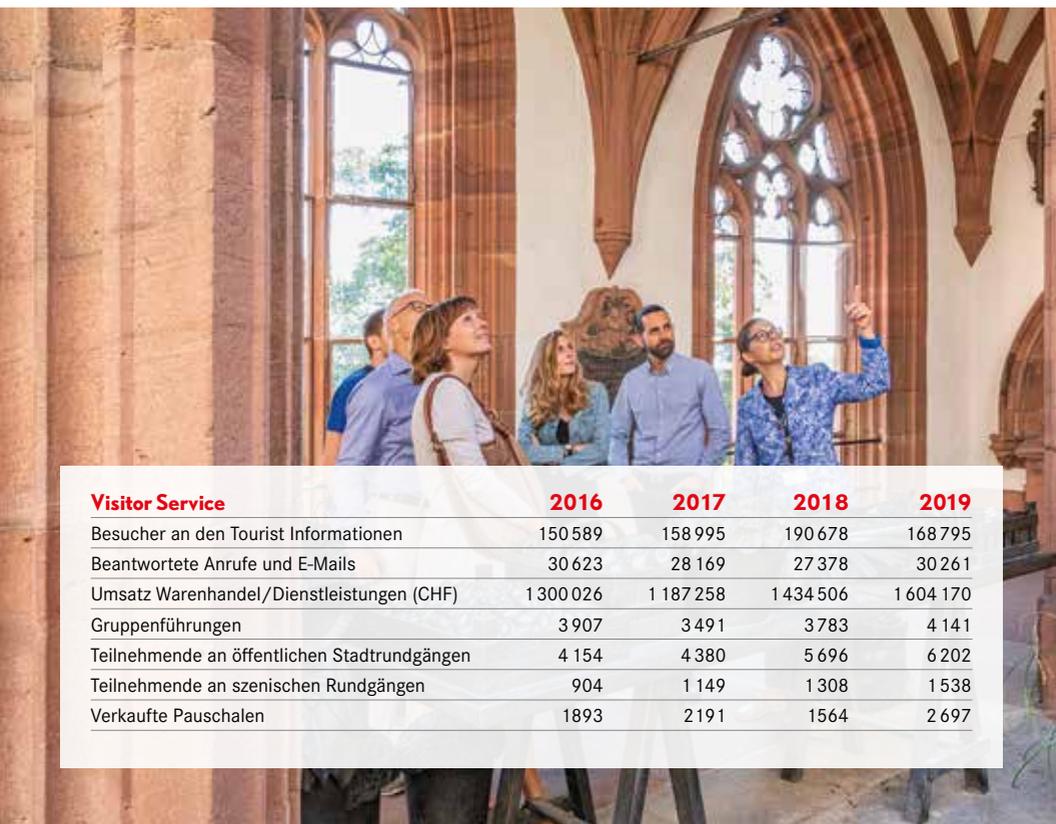
Aber auch die Zukunft der Kongressstadt Basel sieht vielversprechend aus. Im 2019 alleine freuten wir uns über fünf Kongresszuschläge und reichten 42 Bewerbungsdossiers ein. Zudem konnten wir an der Jahreskonferenz der Mitglieder der International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO), die 2019 in Basel stattfand, wichtige Kontakte knüpfen.

Im neu organisierten Team unter der Leitung von Ramona Debus steht auch im kommenden Jahr die Kongressakquise im Fokus. Hinzu kommt neu der Bereich «Incentive Reisen», bei dem wir die Destination Basel positionieren und entsprechend vermarkten wollen.

Convention Bureau	2016	2017	2018	2019
Eingereichte Kongressbewerbungen	13	39	40	42
Kongresszuschläge	7	15	13	5

VISITOR SERVICE.

In der Gästebetreuung blicken wir auf ein ereignisreiches Jahr zurück. Noch nie besuchten so viele Gäste unsere Stadtführungen wie im Jahr 2019. Der Deckungsbeitrag stieg auf knapp eine halbe Million (CHF 492 000) – das ist das beste je erzielte Resultat. Massgeblich zum Wachstum beigetragen haben die boomenden Flusskreuzfahrten, deren Gäste wir jeweils am Schiff oder Flughafen abholen, sie bei Tagesausflügen durch die Schweiz begleiten und ihnen vor Ort die Stadt Basel vorstellen. Solche Dienstleistungen steigern das Gästeerlebnis. Das gilt nicht nur im Freizeittourismus, sondern auch für unsere Kongressgäste. Deshalb konnten neu angebotene Services in diesem Segment ebenfalls zum herausragenden Resultat beitragen.



Visitor Service

	2016	2017	2018	2019
Besucher an den Tourist Informationen	150 589	158 995	190 678	168 795
Beantwortete Anrufe und E-Mails	30 623	28 169	27 378	30 261
Umsatz Warenhandel/Dienstleistungen (CHF)	1 300 026	1 187 258	1 434 506	1 604 170
Gruppenführungen	3 907	3 491	3 783	4 141
Teilnehmende an öffentlichen Stadtrundgängen	4 154	4 380	5 696	6 202
Teilnehmende an szenischen Rundgängen	904	1 149	1 308	1 538
Verkaufte Pauschalen	1 893	2 191	1 564	2 697

Dass einzigartige Erlebnisse und gute Produkte die besten Rezepte sind für den touristischen Erfolg, bestätigte uns 2019 eindrücklich die Fondation Beyeler mit ihrer herausragenden Picasso Sonderausstellung. Entsprechend stark stieg der Absatz von Pauschalangeboten. Gesamthaft verkauften wir 2 697 Pauschalen (+72%), alleine fast 60% davon waren Picasso-Buchungen.

Aber auch andere Angebote machen die Stadt zum Erlebnis. Entsprechend haben wir eigene Freizeitangebote wie den «City Treasure Hunt», die «Erlebnistour durch Basel» oder die beiden Kindertouren «Schatzsuche mit Basil» und «Inschpäggtter Basil» neugestaltet und überarbeitet. Zudem bieten wir neu die beliebtesten Gruppenerlebnisse zum Pauschalpreis an und freuen uns seit der Lancierung im Oktober 2019 über reges Interesse.

VISITOR SERVICE MIT HERZBLUT #LOVEBASEL.

«Für Basel-Erinnerungen muss man im Voraus sorgen – dies ist das Credo, welches die 25 Mitarbeitenden der Abteilung Visitor Service mit Herzblut, Umsicht und Engagement tagtäglich umsetzen».

Frédéric Pothier, Leiter Visitor Service

Unsere Tourist Informationen verzeichneten mit knapp 170 000 Gästen erstmals rückläufige Besucherfrequenzen (-11%). Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung beobachten wir schweizweit einen Abwärtstrend und interpretieren dies als Zeichen sich verändernder Gästebedürfnisse. Dennoch konnten wir den Umsatz (+12%) und den daraus resultierenden Deckungsbeitrag (+11%) steigern, was uns sehr freut. Und ganz besonders stolz sind wir auf die Ergebnisse unserer Mystery-Checks, die verglichen mit den bereits sehr guten Vorjahresergebnissen nochmals besser ausfielen.

Insbesondere nach einem Jahr der Reorganisation und Prozessoptimierung sind wir zufrieden mit den erreichten Resultaten und der gesteigerten Effizienz. Der neue Bereich «Visitor Service», der die drei Abteilungen «Guest Service», «Guided Tours» und «Tourist Information» umfasst, wird auch im 2020 für angenehme Gästelerlebnisse sorgen.

FINANZEN, HR & MITGLIEDERWESEN.

Das im Jahr 2017 revidierte Gasttaxengesetz und die darauffolgenden Verhandlungen mit Airbnb zeigten 2019 erstmals seine positiven Auswirkungen. Zusammen mit den gestiegenen Logiernächten führte dies zu einem Anstieg von 11% der Gasttaxenerträge im Vergleich zum Vorjahr. Die zusätzlichen Mittel kommen letztlich wieder dem Gast vor Ort zugute, der dadurch neben der Beratung in den Tourist Informationen und diversen Informationsbroschüren auch die Angebote der BaselCard kostenlos in Anspruch nehmen kann.

BASELCARD WEITERHIN ERFOLGREICH.

«Unsere wissenschaftliche Begleitstudie zeigt: Die BaselCard ist bei 97 % der Besucher beliebt und brachte der Tourismuswirtschaft in den vergangenen zwei Jahren Mehreinnahmen von rund CHF 1.8 Millionen».

Danilo Maccauso, Leiter Finanzen, HR & Mitgliederwesen

Dass sich diese Gästekarte hoher Akzeptanz und Beliebtheit erfreut, zeigt eine kontinuierlich durchgeführte Nutzerbefragung. Mehr als 11% aller Karteninhaber machten 2019 von den vergünstigten Angeboten Gebrauch und generierten damit rund 240 000 Eintritte. Am meisten wurden das Kunstmuseum Basel, der Zoo Basel, die Fondation Beyeler und das Museum Tinguely besucht.

Folglich führte die gesteigerte Nutzungsquote zu höheren Ausschüttungen zugunsten der Leistungserbringer (Museen, Zoo etc.).

Im Mitgliederwesen freuen wir uns über neue Kollektivmitglieder und Gönner. Andererseits stellen wir mit Sorge fest, dass die Anzahl Privatmitglieder weiterhin sinkt. Für 2020 haben wir deshalb den Mitgliederbeitrag von CHF 60 auf CHF 40 reduziert und organisieren für unsere Mitglieder exklusive Events mit Blick hinter die Kulissen. Dabei hoffen wir natürlich, dass wir damit auch neue Gesichter in der «Basler Tourismusfamilie» begrüßen können. Denn nur mit dem Rückhalt in der Basler Bevölkerung und Politik können wir letztlich als Organisation bestehen.



Mitgliederwesen

	2016	2017	2018	2019
Mitgliederbeiträge (CHF)	389 876	381 439	367 261	343 388
Mitgliederbestand am 31.12.	1 575	1 504	1 403	1 320
Anzahl Mitgliederhotels per 31.12.	112	114	115	106
Anzahl Mitgliederrestaurants per 31.12.	174	170	176	176
Anzahl Privatmitglieder per 31.12.	944	888	806	740
Anzahl übrige Mitglieder per 31.12.	345	332	306	298
Gasttaxen Hotels (Anteil BT in CHF)* ¹	2 953 482	3 069 693	3 903 619	4 099 849
* ² Gasttaxen Airbnb (Anteil BT in CHF)* ¹	-	-	53 329	306 288

*¹ Mit der Anpassung des Gasttaxengesetzes betragen die Gasttaxen seit 1. Januar 2018 CHF 4.00 anstatt CHF 3.50. Davon gehen 1.5% an das AWA, CHF 1.05 an die TNW und der Rest von CHF 2.89 an Basel Tourismus.

*² Seit dem 1. September 2018 besteht ein Vertrag zwischen der Zentrale der Airbnb in Berlin und dem Amt für Wirtschaft zur Ablieferung der Gasttaxen.

DIE BILANZ PER 31.12.2019.

	31.12.2019 in CHF	31.12.2018 in CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	2 543 037	1 763 283
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	344 118	438 370
./.. Delkredere	-25 000	-25 000
Übrige kurzfristige Forderungen	89 358	779
Vorräte	77 800	114 993
Aktive Rechnungsabgrenzung	540 784	549 533
Umlaufvermögen	3 570 097	2 841 958
Maschinen / Apparate	1	1
Mobilien	1	1
Umzug	1	1
EDV-Anlagen	1	1
Sachanlagen	4	4
IRS / Internet	1	1
Immaterielle Werte	1	1
Anlagevermögen	5	5
Total Aktiven	3 570 102	2 841 963
PASSIVEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	607 799	611 973
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	29 124	19 522
Passive Rechnungsabgrenzung	896 700	836 070
Kurzfristiges Fremdkapital	1 533 623	1 467 565
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	117 752	101 979
Rückstellungen langfristig	300 000	300 000
Langfristiges Fremdkapital	4 177 52	401 979
Fremdkapital	1 951 375	1 869 544
EIGENKAPITAL		
Fonds für Projekte und Marketing	680 800	430 100
Fonds für Gästeangebote	760 200	366 500
Fondskapital	1 441 000	796 600
Vereinskapital	159 434	159 434
Freies Kapital	18 293	16 385
Vereinskapital	177 727	175 819
Eigenkapital	1 618 727	972 419
Total Passiven	3 570 102	2 841 963

DIE ERFOLGSRECHNUNG 2019.

	2019 in CHF	2018 in CHF
Führungen und Ausflüge	1 655 683	1 354 563
Guest Service	1 118 901	1 021 124
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	1 604 170	1 434 506
Marketing / PR	831 556	878 964
Übriger Ertrag	99 825	72 233
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	5 310 136	4 761 390
Subventionen	1 900 000	1 900 000
Gasttaxen	4 406 137	3 956 948
Mitgliederbeiträge	343 388	367 261
Ertrag aus Beiträgen	6 649 525	6 224 209
Betrieblicher Ertrag	11 959 662	10 985 599
Führungen und Ausflüge	-237 922	-176 982
Guest Service	-791 285	-634 740
Waren- und Dienstleistungen Tourist Information	-1 323 933	-1 182 008
BaselCard	-706 357	-690 317
Marketing / PR	-2 568 361	-2 585 932
Übriger Aufwand	-53 550	-34 917
Material- und Dienstleistungsaufwand	-5 681 408	-5 304 896
Personalaufwand	-4 804 830	-4 662 961
Mietaufwand	-389 803	-360 851
Büro- und Verwaltungsaufwand	-408 110	-389 903
Aufwand Verein	-95 602	-96 770
Abschreibungen	-8 609	-1 000
Betriebsaufwand	-5 706 955	-5 511 485
Finanzaufwand	-6 776	-4 374
Finanzertrag	1 455	4 437
Finanzergebnis	-5 322	63
Betriebsergebnis	565 978	169 281
Betriebsfremder Ertrag	27 000	27 000
Ausserordentlicher Ertrag / Periodenfremder Ertrag	53 329	184 924
Jahresergebnis	646 307	381 205
Äufnung Fondskapital	-666 200	-377 100
Verwendung Fondskapital	21 800	0
Äufnung Freies Kapital	-1 907	-4 105
Saldo Gewinnvortrag nach Verwendung	0	0

DER ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG 2019.

1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungsgrundsätze

Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Die Forderungen aus 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 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.

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. Aufgrund der im 2019 erfolgten Reorganisation wurden die beiden Ertragspositionen Incoming Services und Hotelreservierungen zusammengeführt. Das Vorjahr wurde ebenfalls angepasst.

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

in CHF	2019	2018
Triumph-Adler AG Druckerleasing	35 454	50 980
Fester Mietvertrag Bürogebäude und TI Casino bis 31.03.2022	688 257	981 446
Fester Mietvertrag TI SBB bis 31.12.2024	131 934	137 192
Ausserordentlicher Ertrag/Periodenfremder Ertrag		
Triumph-Adler AG Druckerleasing	53 329	184 924

Im Berichtsjahr handelt es sich um erhaltene periodenfremde Erträge (Gasttaxen) der Airbnb Zentrale in Berlin für die Monate September bis Dezember 2018. Im Vorjahr wurde der Gasttaxenfonds beim Kanton für die Jahre 2017 und früher gemäss Vertrag über die Verwendung der Gasttaxen an Basel Tourismus überführt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag:

Seit dem 13. März 2020 stuft der Bundesrat die Situation in der Schweiz aufgrund Coronavirus als ausserordentliche Lage gemäss Epidemiegesetz ein. Der Bundesrat verbietet öffentliche und private Veranstaltungen und öffentlich zugängliche Einrichtungen werden geschlossen bis mind. 19. April 2020. Dieser Sachverhalt kann wesentliche Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit haben, welche aufgrund der unsicheren Lageentwicklung noch nicht abschliessend beurteilt werden kann.

Erweiterter Anhang / Geldflussrechnung / Lagebericht

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

DER REVISORENBERICHT.

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Basel Tourismus für das am 31. Dezember 2019 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 Gesetz und Statuten entspricht.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Rodolfo Gerber

Revisionsexperte
Leitender Revisor



Janka Stohler

Revisionsexpertin

Basel, 30. März 2020

LEISTUNGSauftrag

BASEL TOURISMUS.

Basel Tourismus bezweckt in enger Zusammenarbeit mit den Behörden, den touristischen Partnern und weiteren interessierten Kreisen die Förderung des Tourismus für die Stadt Basel und ihre Umgebung.

Der Verein Basel Tourismus nimmt folgende Aufgaben wahr:

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

Partnerschaften von Basel Tourismus (Auszug)

Nationale Partner

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

Internationale Partner

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

Kantonale und regionale Partner

- Kanton Basel-Stadt
- Pro Innerstadt
- Basler Hotelier-Verein
- Wirtverband Basel-Stadt
- Handelskammer beider Basel
- Gewerbeverband Basel-Stadt
- Baselland Tourismus
- Projektorganisation Upper Rhine Valley
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.

DER VORSTAND.



Dr. Carlo Conti
(1954)
Präsident

Advokat, Partner
WENGER PLATTNER
Rechtsanwälte



Peter Holenstein
(1959)
Vizepräsident

CEO Events Switzerland
& Venues
MCH Group



Dr. Daniel Fischer
(1957)

Inhaber und
Geschäftsführer
Daniel Fischer & Partner



Marc Haubensak
(1954)

Direktor BäleHotels



**Dr. Anna-Marleen
Plume**
(1982)

Leiterin Fachstelle
Volkswirtschaftliche
Grundlagen, Amt für
Wirtschaft und Arbeit,
Vertreterin des
Kantons Basel-Stadt



**Dr. Ruth Ludwig-
Hagemann**
(1950)

Delegierte des Vorstands
der GGG (Gesellschaft
für das Gute und
Gemeinnützige)



Martin Dätwyler
(1969)

Direktor Handelskammer
beider Basel



Matthias Suhr
(1963)

Direktor EuroAirport
Basel-Mulhouse-Freiburg



Alexandre Kaden
(1969)

Vorstand Wirtverband
Basel-Stadt



Petra Studer
(1975)

Leiterin Netzwerk
FUTURE - Wissenschaft
& Politik

DIE TOURISMUSKOMMISSION & DIE EHRENPINTRÄGER.

Kommissionsmitglieder

Lorenz Amiet	IG EuroAirport
Miriam Baumann	Gewerbeverband Basel-Stadt
Dr. Carlo Bertossa	Basler Musik-Konvent
Mathias F. Böhm	Pro Innerstadt Basel
Tanja Dietrich	Zoo Basel
Thomas Dürr	act entertainment
Tobias Eggimann	Baselland Tourismus
Andrea Knellwolf	Hoffmann-La Roche
André Frossard	Frossard Reisen
Felix Hauser	Basler Hotelier-Verein
Roland Heri	FC Basel
Urs Hitz	Ombudsmann Basler Hotelier-Verein
Samuel Holzach	UBS
Thomas Kastl	St. Jakobshalle Basel
Sonja Kuhn	Präsidialdepartement, Abteilung Kultur
Simone Lussi	SBB
Martina Münch	Bau- und Verkehrsdepartement, Planungsamt
Kurt Schaufelberger	ASTAG Nordwestschweiz
Daniel Thiriet	sea chefs
Dr. Stefan Wehrle	Bürgergemeinde der Stadt Basel
Daniel Zehnder	Novartis

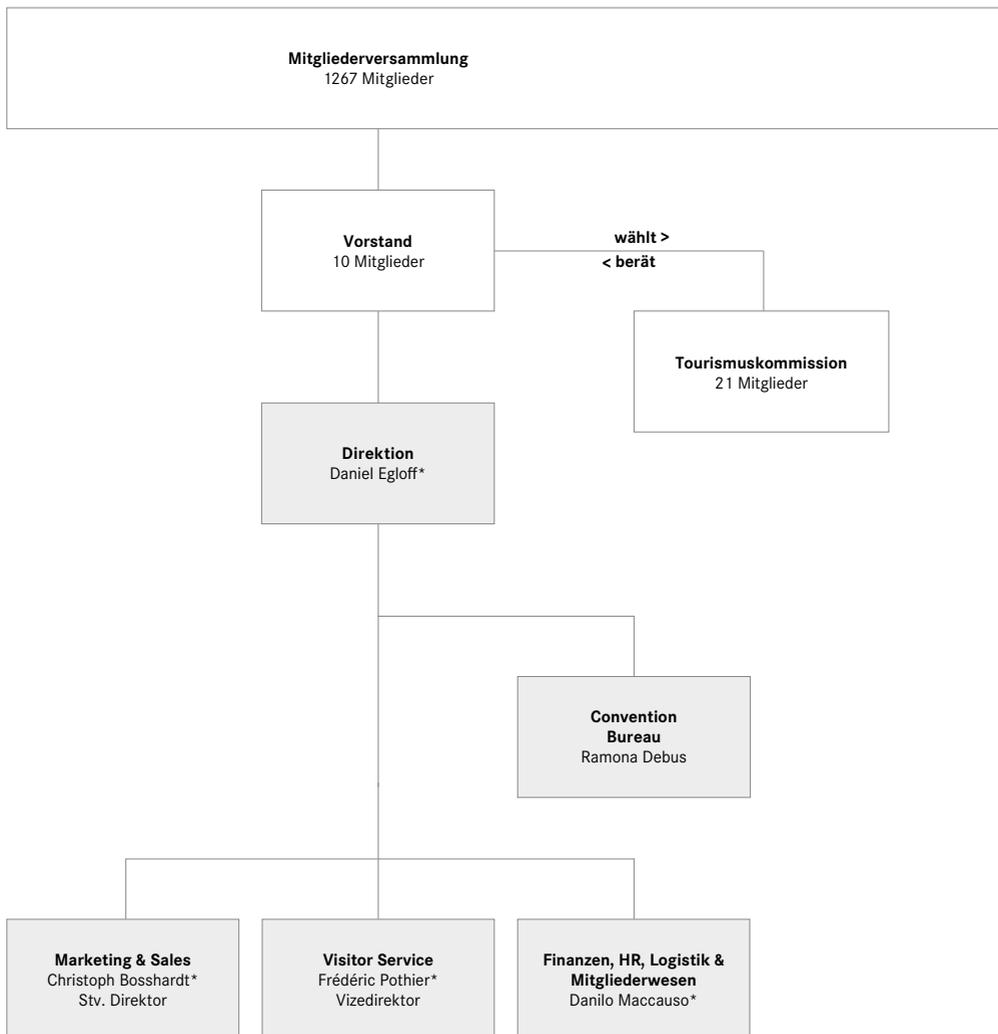
Die Ehrenpinträger

Dr. h.c. Thomas Straumann, Urs Hitz, Ernst Beyeler †, Dr. Ralph Lewin, Roger Brennwald, Gigi Oeri, MCH Messe Schweiz (Basel) AG, Erik Julliard, Georges Delnon

Die Tourismuskommission berät den Vorstand und vermittelt Impulse zur Weiterentwicklung von Basel Tourismus. Sie repräsentiert die Interessen der touristischen Anbieter, der Mitglieder und der interessierten Öffentlichkeit. Die Tourismuskommission tagt in der Regel einmal jährlich.

Mit dem Basel Tourismus-Ehrenpin werden seit einigen Jahren Persönlichkeiten oder Organisationen ausgezeichnet, die sich um unsere Stadt verdient gemacht haben.

DAS ORGANIGRAMM.



Insgesamt 49 Mitarbeitende

(= 4010%) davon 4 Praktikanten, 1 Lernende, 1 Springer

* Mitglied der Geschäftsleitung

DAS TEAM.

Direktion



Daniel Egloff*



Olivia D'Angelo



Lucien Haering



Ann Müller

Convention Bureau



Sarah Bruhin



Vera Flückiger



Anneke Geyer**



Géraldine Häslér



Melanie Kolofrat



Lorena Madarena



Alexandra Auci**



Seline Bietenhard



Caspar Blumer



Michelangelo Faralli



Anne Fonjallaz



Naoum Fontanilles



Alessandro Mariano



Rosetta Negro



Daia Nett



Michaela Popp**



Christina Rentsch



Barbara Rüesch



Danilo Maccauso*



Nathalie Baumann



David Meistertzheim**



Dieter Reichhart



Sara Covino



Ramona Debus*



Stefan Bonsels



Nathalie Lüthi



Marketing &
Sales



Christoph Bosshardt*



Mavi Behramoglu



Natascha Martin



Jan Quartier**



Isidora Rudolph



Sina Thüring



Tourist
Information,
Guided Tours
& Guest
Service



Frédéric Pothier*



Francesca Gasser



Seraina Haberthür



Simone Krähenbühl



Noémi Kühne**



Barbara Lustenberger



Diana Maasberg



Fabienne Strässle



Stefanie Tat



Lena Ulmann



Madeleine Umbricht



Damaris Wiedmer



Finanzen, HR,
Logistik &
Mitglieder-
wesen

* Abteilungsleitung
** Teamleitung

Stand April 2020

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE UNTERSTÜTZUNG.

Basel ist und bietet «Culture Unlimited». Dem haben wir uns voll und ganz verschrieben und sorgen mit unseren Verkaufs-, PR- und Marketingaktivitäten dafür, dass die Besonderheiten der Stadt bis weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt werden.

Unsere Mitglieder und Gönner helfen uns dabei, Basel als Destination international zu vermarkten. Sie sind alle an einer florierenden Tourismuswirtschaft interessiert. Wir sind uns bewusst, dass wir dieses gesteckte Ziel auch dank jedes einzelnen Mitgliedes (Privatpersonen, Unternehmen, Hotel- und Gastronomiebetriebe) überhaupt erreichen können.

Es ist uns ein grosses Anliegen, allen unseren Dank für die Unterstützung auszusprechen. Es ist uns an dieser Stelle nicht möglich, alle Mitglieder und Gönner namentlich aufzuführen, deshalb beschränken wir uns hier auf Kollektivmitglieder.

Mitglieder und Gönner von Basel Tourismus

Ab CHF 1 000

- Burckhardt + Partner
- Gebäudeversicherung Kanton Basel-Stadt
- Manor AG Basel
- Europa-Park GmbH & Co Mack KG
- BIZ Bank für Internationalen Zahlungsausgleich
- Birkhäuser + GBC AG
- Swiss International Air Lines AG
- Genossenschaft Migros Basel
- aquabasilea AG
- Basler Versicherung AG
- Dreyfuss Soehne & Cie. AG
- Lonza AG

Ab CHF 3 000

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

Sind Sie noch nicht Mitglied? Möchten Sie die Basler Tourismuswirtschaft aktiv beeinflussen und uns helfen, die erfolgreiche Arbeit fortzuführen? Wir würden uns freuen, wenn Sie sich für eine Mitgliedschaft bei Basel Tourismus entscheiden.

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung: www.about.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.

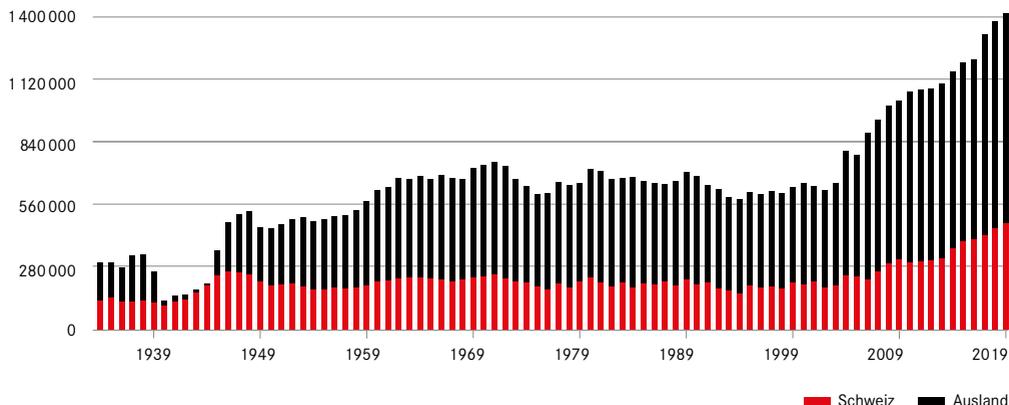
Wir bedanken uns bei allen mitwirkenden Freiwilligen für die erbrachten Dienste.

Ali Hussein	Gissler Peter	Morelli Gian Paolo
Altorfer Ruth	Glauser Esther	Morrison Christopher
Altorfer Werni	Gross Daniel	Mosimann Markus
Bader Felix	Grüniger Corinne	Müller Liliane
Benkler Christoph	Grütter Ruth	Müller-Roth Anne
Betschart Iris	Gugger Roger	Pfister Johanna
Binder Arnold	Haas Lisbeth	Pohlig Gabriele
Blank Diana	Harr-Dehn Petra	Rinaldi Mario
Blank Susanne	Hartmann Wally	Roggo Roland
Bornhauser Felix	Heitz Esther	Rothschild Catherine Lea
Bubendorf Beat	Holtorf Anke	Rubin-Liu Lixia
Bürgin Juliette	Honold Felix	Sandoz Claudine
Burgin Debbie	Horat Annamarie	Sangiovanni Silvia
Bussinger Hanspeter	Hunkeler Verena	Schaad Monika
Carbonetti Nino	Kaufmann Serge	Schenk Doris
Casertano Fabio	Keller Maria	Schlecht Günther
Cesaro Jleana	Kerin Thomas	Schlubeck Christine
Christ-Saner Agathe	Kern Jutta	Schönenberger Cornelia
Cramer Meret	Kern Albrecht	Schüpbach Salome
Dalucas Christian	Kölliker Fritz	Sigrist Ronald
Demierre Schlaeppi Anne	Kouba Bonsels Birgit	Sinniger Alekko
Dobler Bettina	Kradolfer Hans	Sponder Jacintha
Dunning Jenny	Küng Markus	Springer Gerhard G.
Engler Vesna	Lauber Doris	Stalder Terry
Erni Hans-Jürg	Lauber Roberto	Stalder Doris
Fischer Irene	Lohner Regine	Studer Roland
Fritsche Romy	Lorenz Angelika	Studer Melissa
Gebhard Käthi	Masthoff Jan	Tschäppeler Sibylle
Georgi Horst	Matti Michael	Walder Charlotte
Gherardi Clarisse	Möller Peter	Weber Jürg

DIE STATISTIK 2019.

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG

SEIT 1934



Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt, Tourismusstatistik

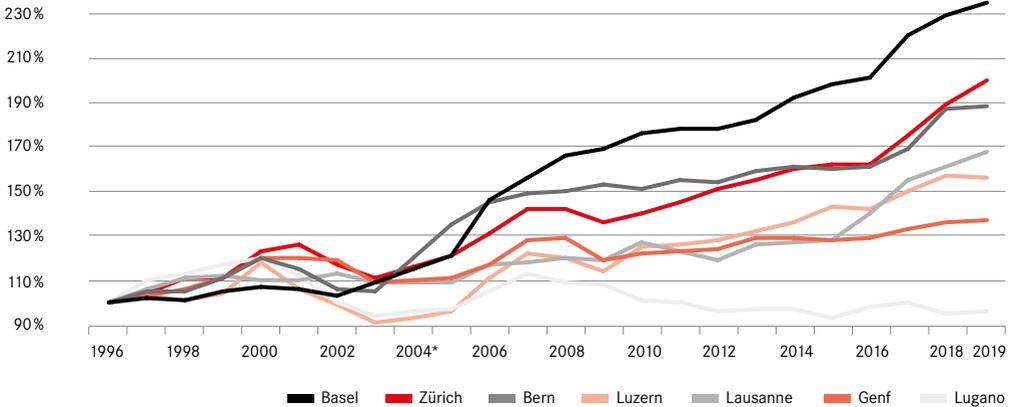
WACHSTUM DER WICHTIGSTEN KENNZAHLEN

SEIT 2013

	2015	2016	2017	2018	2019
Logiernächte Basel-Stadt (ohne Airbnb)	1 201 796	1 217 677	1 328 047	1 386 499	1 423 486
Airbnb Logiernächte*	0	0	0	18 453	105 982
Über BT gebuchte Logiernächte	2 194	18 982	22 029	15 354	13 941
Verkaufte Pauschalen	4 528	1 893	2 191	1 564	2 697
Telefonauskünfte	2 1058	18 400	16 723	16 312	16 723
Besucherfrequenz Tourist Information	145 553	150 589	158 995	190 678	168 795
Selbsterwirtschaftete Erträge in CHF	2 559 410	2 552 369	2 222 122	2 265 001	2 374 136
Individuelle Führungen	3 248	3 907	3 491	3 783	4 141
Marketing Cash-out in CHF	2 881 239	2 662 961	2 429 374	2 585 932	2 568 361
DB Führungen in CHF	298 062	395 343	351 355	407 598	491 513
DB Souvenirverkauf in CHF	225 636	2 10 398	2 19 554	252 498	280 237

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

INDEXIERTE LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG IM VERGLEICH MIT SECHS SCHWEIZER STÄDTEN



Indiziert: 1996 = 100

*Schätzung, Quelle: Zürich Tourismus

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG BASELS IM VERGLEICH MIT SECHS SCHWEIZER STÄDTEN

	2015	2016	2017	2018	2019
Basel*	1 201 796	1 217 677	1 328 047	1 386 499	1 423 486
Bern	715 286	717 315	753 910	833 025	829 306
Genf	2 037 896	2 040 594	2 114 793	2 158 493	2 182 411
Lausanne	762 463	830 758	921 777	957 041	989 353
Lugano	490 887	519 469	526 382	500 448	509 355
Luzern	1 279 825	1 269 774	1 343 229	1 399 288	1 382 980
Zürich	2 947 756	2 956 699	3 194 598	3 447 702	3 626 086

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

TOP QUELLMÄRKTE IM VERGLEICH ZU 2009

Rang Index	Herkunftsland (2009 = 100)	Logiernächte 2019	Logiernächte 2009	Marktanteil 2019	Logiernächte-zuwachs	Logiernächte-zuwachs in %
1	Schweiz	476 777	314 033	33.5%	162 744	51.8%
2	Deutschland	205 433	201 941	14.4%	3 492	1.7%
3	USA	142 448	90 940	10.0%	51 508	56.6%
4	Grossbritannien	89 254	78 413	6.3%	10 841	13.8%
5	Frankreich	57 187	48 130	4.0%	9 057	18.8%
6	Italien	44 035	41 359	3.1%	2 676	6.5%
7	Spanien	34 040	26 997	2.4%	7 043	26.1%
8	Niederlande	32 692	30 835	2.3%	1 857	6.0%
9	Indien	21 913	7 511	1.5%	14 402	191.7%
10	Belgien	19 582	15 438	1.4%	4 144	26.8%
11	Österreich	18 117	14 077	1.3%	4 040	28.7%
12	China (ohne Hongkong)	25 959	6 835	1.8%	19 124	279.8%
13	Kanada	15 062	7 748	1.1%	7 314	94.4%
14	Japan	14 289	10 849	1.0%	3 440	31.7%
15	Australien / Neuseeland	14 323	9 019	1.0%	5 304	58.8%
16	Golfstaaten*	10 701	6 122	0.8%	4 579	74.8%
17	Polen	11 911	5 135	0.8%	6 776	132.0%
18	Israel	8 529	3 780	0.6%	4 749	125.6%
19	Türkei	8 317	4 976	0.6%	3 341	67.1%
20	Russland	8 193	6 325	0.6%	1 868	29.5%
21	Schweden	7 320	5 675	0.5%	1 645	29.0%
22	Dänemark	8 794	5 747	0.6%	3 047	53.0%
23	Brasilien	9 111	12 310	0.6%	- 3 199	-26.0%
24	Übrige	139 499	76 147	9.8%	63 352	83.2%
Total		1 423 486	1 030 342	100.0%	393 144	38.2%

* Katar, Saudi Arabien, Oman, Bahrain, Kuwait, Vereinigte Arabische Emirate
Quelle: Statistisches Amt Basel-Stadt, Tourismusstatistik



Zoo Basel

Impressum

Herausgeber: Basel Tourismus

Gestaltung: Schober Bonina AG

Druck: Druckerei Bloch AG

Titelseite: Rheinschwimmen in Basel



Basel Tourismus besitzt das
Qualitätssiegel der Stufe III für
den Schweizer Tourismus.



Basel Tourismus

CH-4010 Basel

Tel. +41 (0)61 268 68 68

info@basel.com, #lovebasel