



An den Grossen Rat

13.1491.01

WSU/P131491

Basel, 25. September 2013

Regierungsratsbeschluss vom 24. September 2013

Ratschlag

**betreffend die Bewilligung von Subventionen an Basel Tourismus
für die Jahre 2014-2017**

Inhalt

1. Begehren.....	3
2. Begründung des Begehrens	3
2.1 Subventionsverhältnis 2010-2013.....	3
2.2 Entwicklungen bei Basel Tourismus 2010-2013	3
2.2.1 Entwicklung des Personal- und Raumaufwandes.....	3
2.2.2 Vorstand.....	3
2.2.3 Tourismuskommission	4
2.2.4 Aktivitäten der Geschäftsstelle	4
2.3 Entwicklung des Basler Tourismus 2010-2013.....	6
2.3.1 Logiernächteentwicklung.....	6
2.3.2 Durchschnittliche Zimmerbelegung.....	6
2.3.3 Umsatzentwicklung	6
2.3.4 Wertschöpfung für den Kanton Basel-Stadt.....	7
3. Basel Tourismus 2014-2017	7
3.1 Antrag von Basel Tourismus	7
3.2 Ziele des Regierungsrates	7
3.2.1 Inhaltliche Ziele	7
3.2.2 Zuständigkeiten	8
3.3 Steuerung durch Vorstand und Kanton.....	8
3.4 Höhe der Subvention 2014-2017	8
3.4.2 Erträge aus der Gasttaxe	10
3.4.3 Finanzielle Möglichkeiten des Kantons	10
3.4.4 Fazit.....	10
4. Leistungen von Basel Tourismus 2014-2017 und Verwendung der kantonalen Mittel 10	
4.1 Leistungen.....	10
4.2 Verwendung der öffentlichen Gelder	12
5. Beurteilung nach §55 des Subventionsgesetzes	13
5.1 Öffentliches Interesse des Kantons an der Erfüllung der Aufgabe (§5 Abs. 2 lit. a SubvG)	13
5.2 Sachgerechte Erfüllung der Aufgabe durch den Subventionsempfänger (§5 Abs. 2 lit. b SubvG)	13
5.3 Angemessene Eigenleistungen des Subventionsempfängers (§5 Abs.2 lit. c SubvG)	13
5.4 Nutzung der Ertragsmöglichkeiten des Subventionsempfängers (§5 Abs. 2 lit. c SubvG).....	14
5.5 Nachweis, dass die Aufgabe ohne Subvention nicht hinreichend erfüllt werden kann (§5 Abs. 2 lit. d SubvG)14	
6. Antrag.....	14

1. Begehren

Das bestehende Subventionsverhältnis mit Basel Tourismus läuft am 31. Dezember 2013 aus. Wir beantragen Ihnen, das Subventionsverhältnis mit Basel Tourismus zu erneuern und Ausgaben von jährlich 1.9 Mio. Franken für die Jahre 2014-2017 (total 7.6 Mio. Franken; Kostenstelle 8064510, Auftragsnummer 806452590001), nicht indexiert, zu bewilligen.

Die Ausgabe ist im Budget 2014 eingestellt. Rechtsgrundlage bildet das Standortförderungs-gesetz (SG 910.200) vom 26. September 2006.

2. Begründung des Begehrens

2.1 Subventionsverhältnis 2010-2013

Der Kanton Basel-Stadt unterstützt Basel Tourismus derzeit in der Subventionsperiode 2010-2013 mit einem nicht indexierten Betriebskostenbeitrag in Höhe von 1'900'000 Franken pro Jahr (Beschluss Nr. 09/46/10G vom 11. November 2009). Dieser Betrag war gegenüber der vorherigen Periode um 60'000 Franken p.a. (3%) erhöht worden.

Mit der im Jahr 2001 erfolgten Reorganisation von Basel Tourismus (u.a. verkleinerter und professionalisierter Vorstand), der klaren Definition der vom Staat zu finanzierenden Leistungen sowie einer entsprechenden Leistungsvereinbarung zwischen dem damaligen Wirtschafts- und Sozialdepartement und Basel Tourismus (als Ergänzung zum Rahmenvertrag, den der Regierungsrat abschloss), steht das Verhältnis zwischen Basel Tourismus und dem Kanton auf einer fairen und transparenten Grundlage. Diese stabile Basis soll beibehalten werden.

Basel Tourismus hat in der noch laufenden Subventionsperiode bisher gute Arbeit geleistet und nahezu alle in der Leistungsvereinbarung mit dem Kanton definierten Ziele erfüllt, teilweise sogar übertroffen. Die an Basel Tourismus überwiesenen Beträge sind erfolgreich investiert worden.

2.2 Entwicklungen bei Basel Tourismus 2010-2013

2.2.1 Entwicklung des Personal- und Raumaufwandes

Der Personalaufwand erhöhte sich im Zuge des Wachstums der Organisation und des Ausbaus der bearbeiteten Märkte zwischen 2010 und 2013 von rund 4,08 Mio. Franken auf rund 4,32 Mio. Franken. Die Zahl der Vollzeitstellen erhöhte sich von 39 auf 41, wobei eine Stelle auf die Dauer der Kooperation mit den vier wichtigsten Kunstmuseen befristet ist. Die durchschnittliche Lohnsumme pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter stieg in den letzten vier Jahren teuerungsbedingt um 0.7%. Basel Tourismus beschäftigt inzwischen ständig sechs Praktikanteninnen und Praktikanten sowie zwei Lernende. Die Mietkosten für die drei Domizile Aeschenvorstadt (Geschäftsstelle, Call-Center), Stadtcasino (Tourist-Info) sowie Bahnhof SBB (Tourist-Info) betragen zurzeit total 310'000 Franken (Bilanzen und Jahresrechnungen 2010 bis 2012 sowie Budget 2013 siehe Beilagen).

2.2.2 Vorstand

Der Vorstand trifft sich jährlich zu vier bis fünf Sitzungen und bestreitet jährlich einen Strategieworkshop. In der erarbeiteten Marketingstrategie definiert der Vorstand zu Handen der Geschäftsstelle seine Vorstellungen bezüglich der Dienstleistungsqualität, der zu bearbeitenden Aufgabenfelder, der Markenpositionierung, der notwendigen Investitionen und die Führungskultur bei Basel Tourismus. Dieses Papier wurde 2012 (im Einklang mit den Statuten) letztmals kom-

plett überarbeitet. Es bildet neben den Statuten, dem Subventionsvertrag, der Leistungsvereinbarung des Kantons Basel-Stadt und der ebenfalls alle vier Jahre erneuerten Unternehmensstrategie (letztmals 2011) die Grundlage der Tätigkeiten für den Betrieb für die Jahre 2013 bis 2016.

2.2.3 Tourismuskommission

Die im Frühjahr 2002 erstmals eingesetzte Tourismuskommission setzt sich aus 25 Interessenvertreterinnen bzw. -vertretern der touristischen Branche zusammen. Das Gremium macht Vorschläge für die touristische Entwicklung Basels und bringt spezifische Interessen der Leistungspartner, die nicht im Vorstand vertreten sind, ein. Die Kommission untersteht dem Vorstand und wird vom Präsidenten von Basel Tourismus geleitet. Seit ihrer Gründung trifft sie sich mindestens einmal pro Jahr.

2.2.4 Aktivitäten der Geschäftsstelle

2.2.4.1 Touristische Positionierung und Vermarktung

Die Stadt Basel konnte ihr Image als Kulturstadt in den vergangenen Jahren weiter festigen. Dies bestätigt die breit angelegte Gästebefragung, die Schweiz Tourismus regelmässig gesamtschweizerisch durchführt. Im Tourismusmonitor Schweiz aus dem Jahr 2011 schneidet Basel insbesondere bei den Imagemerkmale „Historischer Erlebniswert“, „Kultureller Erlebniswert“, „Vielfältigkeit“ und „Unterhaltungswert“ signifikant überdurchschnittlich gut ab. Bei den Stärken der Destination werden vor allem „Kultur/Geschichte“, „Sehenswürdigkeiten“, „Altstadt“, „Architektur“ sowie „Museen/Galerien/Ausstellungen“ überdurchschnittlich oft genannt. Basel Tourismus wird Basel weiterhin mit dem Claim „Culture Unlimited“ als Kulturstadt im Dreiländereck positionieren, wobei als Hauptbotschaft das ausserordentlich breite Angebot an Kunst und Architektur vermittelt wird. Als Nebenbotschaften werden zudem die Werte Urbanität, Authentizität, Tradition und Lebensqualität hervorgehoben. Im Tagungs- und Kongressbereich wird Basel als Kongressstadt der kurzen Wege beworben.

In Bezug auf die Marktbearbeitung verfolgt Basel Tourismus eine Strategie der Diversifizierung, welche sich nebst den wichtigen europäischen und nordamerikanischen Märkten auch auf die aufstrebenden Wachstumsmärkte China, Indien, Russland und Brasilien (BRIC-Staaten) sowie auf Zukunftsmärkte wie beispielsweise die Golfstaaten erstreckt. Dabei werden hauptsächlich die Reisemittler, namentlich die Touroperatoren und Fachmedien bearbeitet, in zweiter Linie und je nach Markt aber auch die Endkonsumenten. Während Basel in den umliegenden europäischen Märkten in erster Linie als Kulturstadt und in der Schweiz zudem als Eventstadt vermarktet wird, liegt der Fokus in den Fernmärkten stärker auf dem Dreiländereck und der idealen Lage bzw. Erreichbarkeit der Stadt als Etappenort einer Europareise.

2.2.4.2 Internet Services

Im Frühjahr 2012 konnte nach einer rund einjährigen Entwicklungszeit die neue Webseite www.basel.com in Betrieb genommen werden. Sie verfügt neben einem frischeren Layout und verbesserter Besucherführung auch über einen modernen Buchungsbereich, der das Suchen und Buchen von Unterkünften für die Nutzer enorm vereinfacht. Die Webseite ist in den fünf wichtigsten Sprachen deutsch, englisch, französisch, italienisch und spanisch komplett abrufbar. Für weitere Sprachen der Wachstums- und Zukunftsmärkte wird die Webseite kontinuierlich mit reduzierten Inhalten ergänzt. Weitere wichtige Weiterentwicklungen beinhalten die Integration von Gästebewertungen, die Einführung einer für mobile Endgeräte optimierten Version sowie Anzeige von Suchresultaten in einer Kartendarstellung. 2015 erfolgt voraussichtlich ein erneuter sanfter Relaunch der Webseite.

2.2.4.3 Tourist-Information

Die Frequenzen in der Tourist-Information im Stadt-Casino sind von 55'145 Besucherinnen und Besuchern im Jahr 2008 um rund 27% auf 69'791 im Jahr 2012 gestiegen. Im selben Zeitraum

betrug die Zunahme am Standort Bahnhof SBB +13% von 77'721 (2008) auf 88'048 (2012) Besucherinnen und Besucher. Insgesamt besuchten im Jahr 2012 somit 157'839 Gäste (+ 19% gegenüber 2008) die beiden Tourist-Informationen. Mit der gestiegenen Nachfrage wurden auch zusätzliche Aufgaben übernommen. Beispielsweise verkauft Basel Tourismus seit 2008 Theaterbillete, Fahrkarten für die SBB und die BVB oder kommissionsfreie Pro Innerstadt-Gutscheine. Die Wahl der Standorte sowohl im Stadtzentrum als auch im Bahnhof SBB hat sich somit bewährt. Um die zahlreichen Besucherinnen und Besucher in einem zeitgemässen Umfeld empfangen und beraten zu können, wurden die Räumlichkeiten im Casino 2009 vollständig renoviert und neu gestaltet. Die Tourist-Information im Bahnhof SBB erhielt 2012 ein Facelifting.

2.2.4.4 Qualitätsmanagement

Im Rahmen des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus hat sich Basel Tourismus auch im Jahr 2012 bewährt. Nach Erlangen der Stufen I und II in den Jahren 2001 und 2004 hat Basel Tourismus im Jahr 2007 als erste Tourismusorganisation der Schweiz erfolgreich ISO 9001:2000 eingeführt und entspricht somit den höchsten Qualitätsanforderungen internationaler Standards.

Die externe Beurteilung durch die unabhängige Firma ProCert SA in Bern im Sommer 2012 fiel ebenfalls wieder positiv aus und Basel Tourismus erhielt die Auszeichnung für die Einhaltung der Norm ISO 9001:2008, Q-Stufe III, für ein weiteres Jahr. 2013 steht im Zeichen der vollumfänglichen Rezertifizierung für weitere drei Jahre, was im Sommer 2013 ein zweitägiges Audit erfordert. Dabei werden sämtliche Betriebsabläufe bei Basel Tourismus geprüft, analysiert und bewertet.

2.2.4.5 Stadtführungen

Im Bereich Stadtführungen machte sich die Entwicklung der Frankenstärke in den letzten Jahren bemerkbar. Nach einem erfreulichen Aufwärtstrend in den Jahren 2008-2010 müssen seit 2011 sinkende Zahlen bei den Gruppenführungen verzeichnet werden. Neben 3'161 durchgeführten Gruppenführungen (-3% gegenüber dem Jahr 2008) nahmen hingegen 4'703 Besucherinnen und Besucher an den offiziellen Stadtrundgängen teil, was einem Zuwachs von 8% gegenüber dem Jahr 2008 entspricht. Auch bei den szenischen Rundgängen konnten im Vergleichszeitraum ein Zuwachs von 14% auf 1'370 Teilnehmer verzeichnet werden. Dies spiegelt in etwa die Zunahme der Tagestouristen wieder, die zunehmend aus dem angrenzenden Südschwarzwald die Stadt besuchen und vom abwechslungsreichen öffentlichen Stadtführungsprogramm Gebrauch machen. Hingegen sind für Reiseveranstalter aus dem Euro-Raum die Gruppenführungen durch die Währungsentwicklung um ca. 40% teurer geworden, was dazu führt, dass diese weniger gebucht werden.

2.2.4.6 Regionale Zusammenarbeit und Kooperationen

Die Kooperationen mit regionalen Partnern konnten zwischen 2009 und 2013 weiter ausgebaut werden. So existiert seit 2010 eine institutionalisierte Zusammenarbeit zwischen Basel Tourismus und den wichtigsten Kunstmuseen. Unter dem Namen „Kunst- und Design Museen Basel“ werden das Kunstmuseum Basel, die Fondation Beyeler, das Museum Tinguely und das Vitra Design Museum durch eine bei Basel Tourismus angesiedelte Stelle über die touristischen Kanäle in Deutschland, Frankreich und Italien vermarktet. Von 2010 bis 2012 war auch das Schaulager an der Kooperation beteiligt. Zudem wurden immer wieder ausstellungsspezifische Marketingkampagnen in Zusammenarbeit mit den einzelnen Museen realisiert, so etwa für die Van Gogh Ausstellung 2009 im Kunstmuseum oder die Surrealismus-Ausstellung 2011 in der Fondation Beyeler.

Weitere Kooperationen bestehen mit dem EuroAirport, Pro Innerstadt und dem Verein Basler Weihnacht, für welchen Basel Tourismus die internationalen Kommunikationsmassnahmen umsetzt, sowie mit mehreren lokalen Eventveranstaltern (Swiss Indoors, Basel Tattoo, Art Basel, Young Stage, BScene etc.). Im sogenannten „Convention Pool“ sind zudem die wichtigsten Infrastrukturanbieter (Congress Center Basel, St. Jakobshalle, Stadtcasino etc.) und Tagungshotels

zusammengeschlossen. Dank der vielfältigen Kooperationen konnten die privatwirtschaftlichen Beiträge an die Marketingaktivitäten zwischen 2009 (668'196 Franken) und 2012 (993'278 Franken) um 49% gesteigert werden.

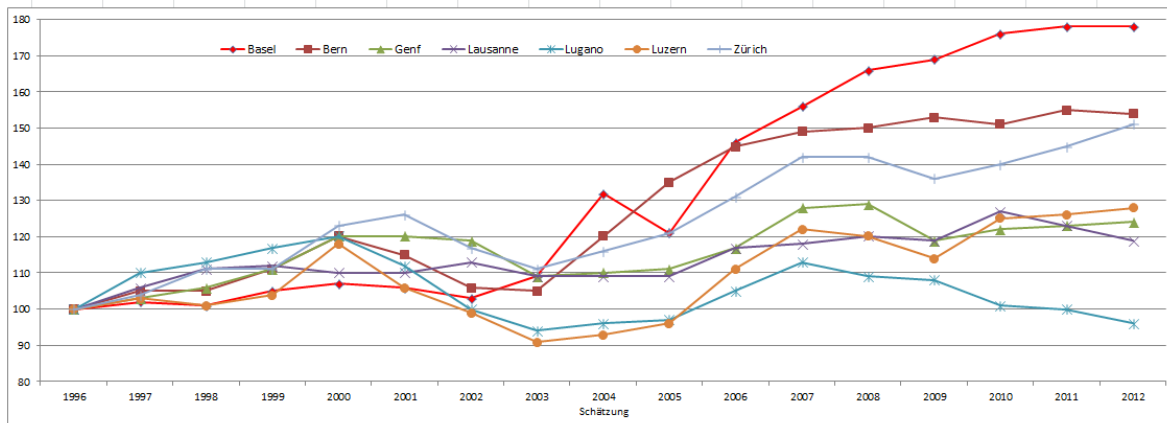
Im Bereich der grenzüberschreitenden regionalen Zusammenarbeit konnte die Kooperation „TourismTrirhena“ im Rahmen eines Interreg-Projektes der EU in die grössere Kooperation „Upper Rhine Valley“ (www.upperrhinevalley.com) überführt werden. Basel Tourismus nimmt in dieser Kooperation mit 31 Partnerorganisationen aus drei Ländern, welche zum Ziel hat, die trinationale Region Oberrhein in den Überseemärkten zu vermarkten und die Zusammenarbeit der touristischen Partner untereinander zu fördern, eine führende Rolle ein. Basel Tourismus vertritt die Schweizer Partner im Projekt, leitet einen Fachbereich und zeichnet für die Umsetzung der Marketingmassnahmen in Nordamerika und Indien verantwortlich.

2.3 Entwicklung des Basler Tourismus 2010-2013

2.3.1 Logiernächteentwicklung

Die Zahl der Logiernächte ist von 1'030'342 im Jahr 2009 auf 1'081'907 Übernachtungen im Jahr 2012 angestiegen (+5%). Im gleichen Zeitraum waren die Logiernächte in der Schweiz um über 2% rückläufig. Im gesamtschweizerischen Vergleich entwickelte sich Basel somit trotz abflachender Wachstumskurve positiv, was vor allem auf den verhältnismässig hohen Anteil an Geschäfts-, Messe- und Kongresstourismus zurückzuführen ist. Im Vergleich mit den anderen Städten haben sich nur Zürich und Luzern besser entwickelt.

Abbildung 1: Indexierte Logiernächteentwicklung ausgewählter Städte in der Schweiz (1996 = 100%)



Quelle: Basel Tourismus

2.3.2 Durchschnittliche Zimmerbelegung

Die Hotelkapazitäten konnten zwischen 2009 und 2012 weiter ausgebaut werden. Während im Januar 2009 in 63 Hotelbetrieben 3'346 Zimmer mit 5'339 Betten zur Verfügung standen, waren es im Dezember 2012 65 Betriebe mit 6'191 Betten in 3'610 Zimmern. Die durchschnittliche Zimmerauslastung lag 2012 mit 60.1% leicht unter dem Wert von 2009 (60.7%). An Werktagen liegt die Zimmerbelegung vor allem wegen des Geschäftstourismus, dem Eckpfeiler der Basler Tourismuswirtschaft, deutlich über dem Mittelwert. Am Wochenende ist die Auslastung weiterhin tiefer.

2.3.3 Umsatzentwicklung

Die Umsatzzahlen der Hotellerie liegen dem Regierungsrat nicht vor. Aufgrund von Beobachtungen und Befragungen von Basel Tourismus bei der Branche kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die durchschnittlichen Zimmerpreise trotz der Bettenzunahme und der Wettbe-

werbsverschärfung konstant geblieben oder gar leicht gestiegen sind, was mit einer Attraktivitätssteigerung Basels gleichzusetzen ist.

2.3.4 Wertschöpfung für den Kanton Basel-Stadt

Gemäss einer Wirtschaftlichkeitsanalyse vom Juni 2009 von BAKBASEL löst der Incoming-Tourismus in Basel-Stadt jährlich Umsätze in der Höhe von rund 880 Mio. Franken und eine Wertschöpfung von 600 Mio. Franken aus. Über 7'000 Arbeitsplätze hängen dabei direkt oder indirekt von der Tourismuswirtschaft ab.¹ Zudem bietet die Tourismusindustrie im Stadtkanton auch Menschen mit einer geringeren Qualifikation angemessene Beschäftigungsmöglichkeiten.

Traditionell machen der Geschäfts- sowie der Messe- und Kongresstourismus in Basel rund 75% der Logiernächte und vermutlich auch der Wertschöpfung aus. Deshalb ist die beste Tourismusförderung die Schaffung attraktiver Rahmenbedingungen für die in Basel-Stadt domizilierten international operierenden Unternehmen sowie die Stärkung des Messe- und Kongressplatzes Basel. Die verbleibenden rund 25% gehen auf das Konto des Freizeittourismus. Hier liegt jedoch noch ein Potenzial, welches Basel Tourismus in den letzten Jahren erfolgreich zu erschliessen begonnen hat.

3. Basel Tourismus 2014-2017

3.1 Antrag von Basel Tourismus

Mitte November 2012 ersuchte Basel Tourismus mit einem Brief an den Vorsteher des Departements für Wirtschaft, Soziales und Umwelt (WSU) den Kanton fristgerecht um eine Weiterführung des Subventionsverhältnisses für den Zeitraum 2014- 2017. Darin bat Basel Tourismus um die Erhöhung der Mittel in nicht definierter Höhe sowie – aufgeschlüsselt auf drei Varianten² - um die finanzielle Unterstützung von Sonderprojekten.

Als Gründe für die generelle Erhöhung der Mittel gibt Basel Tourismus u.a. folgende an:

- Das nationale Impulsprogramm für den Tourismus wurde 2012 vom Parlament abgelehnt; für Basel sinnvolle Impulsmassnahmen sollen dennoch realisiert werden können
- Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich mit anderen Schweizer Städten (z.B. massive Mittelerhöhung für die Stadt Luzern; das touristische Basismarketing des Kantons Bern wird neu mit einem zusätzlichen Betrag von 5 Mio. Franken finanziert)
- Stagnierendes Logiernächtewachstum und damit stagnierende Gasttaxenerträge³)
- Steigende Marketingbeiträge an Schweiz Tourismus
- Wachstumsorientierte Marketingstrategie von Basel Tourismus für 2013-2016.

3.2 Ziele des Regierungsrates

3.2.1 Inhaltliche Ziele

Die Subventionsperiode 2010-2013 war abermals sehr erfolgreich. Dank des Engagements des Kantons sowie primär des grossen Engagements von Direktion, Mitarbeitenden und Vorstand von Basel Tourismus ist es gelungen, eine schlagkräftige, nach modernen Kriterien funktionierende Tourismusorganisation fortzuführen. Basel Tourismus hat effizient und mit viel Elan die touristische Marke Basel positioniert und verkauft und nahezu alle in der Leistungsvereinbarung definierten Ziele erreicht, teilweise sogar übertroffen.

¹ "Volkswirtschaftliche Effekte des Incoming-Tourismus im Kanton Basel-Stadt", Impact-Analyse von BAK Basel Economics, Juli 2009.

² Die Varianten reichen von der Erschliessung neuer Märkte über eine Verbesserung der Dienstleistungsqualität bis zu einer nationalen Imagekampagne.

³ Basel Tourismus erhält 95.8% der Gasttaxenerträge für Aufgaben, die dem Gast dienen, also nicht für die lokale Bevölkerung alleine getätigt würden.

Das Ziel für die kommenden Jahre muss sein, diesen Erfolg zu konsolidieren sowie in Teilbereichen, die noch nicht optimal ausgestaltet sind (z.B. Freizeit- bzw. Kulturtourismus), weitere Verbesserungen zu erzielen. Auch sollen Medienarbeit nach aussen und Marktbearbeitung quantitativ und qualitativ auf einem hohen Niveau verbleiben.

Die Kooperation mit dem zielgruppenübergreifenden kantonalen Standortmarketing im Bereich der Kommunikation funktioniert gut. Von Seiten des Kantons wird Basel Tourismus und anderen wichtigen Akteuren (Gewerbeverband Basel-Stadt, Hotelierverein und Wirtverband, Pro Innerstadt) eine regelmässig einberufene Plattform geboten, die der Koordination von Marketingaktivitäten dient. Diese Zusammenarbeit soll auch weiterhin spielen, da sonst überflüssige und kostspielige, staatlich (mit)finanzierte Doppelspurigkeiten entstehen.

3.2.2 Zuständigkeiten

Die im Jahr 2002 eingeführten Zuständigkeiten haben sich bewährt und sollen unverändert weitergeführt werden. Demnach genehmigt der Grosse Rat auf Antrag des Regierungsrates die Ausgaben auf der Basis der Ausführungen im vorliegenden Ratschlag. Der Regierungsrat schliesst auf Antrag des Vorstehers des WSU einen Rahmen-Subventionsvertrag ab. Der Vorsteher des WSU schliesslich schliesst mit Basel Tourismus wiederum eine Leistungsvereinbarung mit konkreten Leistungszielen auf der Basis einzelner Produkte, bzw. Dienstleistungen ab. Diese Leistungsvereinbarung wird dem Regierungsrat zur Kenntnis gebracht. Wiederum kann die Auszahlung eines Teils der Subvention von der Erreichung dieser Ziele abhängig gemacht werden (in den letzten acht Jahren musste diese Klausel nie angewandt werden).

3.3 Steuerung durch Vorstand und Kanton

Die operativen Tätigkeiten von Basel Tourismus werden primär durch den Vorstand gesteuert, welcher der Geschäftsstelle im Rahmen einer mehrjährigen Marketingstrategie jährliche Vorgaben macht. Andererseits hat der Kanton mit der zwischen dem zuständigen Departement und der Organisation abgeschlossenen Leistungsvereinbarung ebenfalls eine steuernde Funktion. Dieses Vorgehen hat sich in den letzten Jahren bewährt und dazu beigetragen, dass die Leistung von Basel Tourismus hoch war und jedes Jahr gestiegen ist. Selbstverständlich sind die Ziele des Departements bzw. Kantons und jene des Vorstands inhaltlich aufeinander abgestimmt. Der Einfluss des Kantons wird - abgesehen von der Aushandlung von Rahmenvertrag und Leistungsvereinbarung - durch eine Vertretung im Vorstand wahrgenommen.

3.4 Höhe der Subvention 2014-2017

Es ist für den Regierungsrat unbestritten, dass der Kanton Basel Tourismus auch in den kommenden vier Jahren mit der kantonalen Tourismusförderung betrauen will. Der Regierungsrat hat beschlossen, dem Grossen Rat einen jährlichen Unterstützungsbeitrag zur Bewilligung vorzulegen, der mit 1.9 Mio. Franken dem derzeitigen Subventionsbetrag entspricht.

Da es für Basel jedoch von grosser Bedeutung ist, dass Basel Tourismus sein Wirkungsvermögen auch zukünftig beibehalten kann, werden durch den Kanton folgende Beträge einmalig zusätzlich gesprochen:

- Einmalig 100'000 Franken aus dem ordentlichen Budget des WSU für die Erschliessung neuer Märkte gemäss der Marketingstrategie von Basel Tourismus für die Periode 2013-2016;
- Einmalig bis zu 150'000 Franken zu Lasten der beim Kanton verbleibenden Gasttaxenerträge für die Finanzierung von Infrastrukturen und Dienstleistungen auf Kantonsgebiet.

Das Ziel von Basel Tourismus besteht darin, auch in den kommenden Jahren das heutige Leistungs- und Qualitätsniveau zu halten und punktuelle Verbesserungen zu erzielen. Allerdings

muss aufgrund der konjunkturellen Prognosen damit gerechnet werden, dass sowohl die Beiträge aus Gasttaxen wie auch kommerzielle Erträge und Mitgliederbeiträge nicht weiter steigen oder gar rückläufig sein werden. Diese Entwicklung könnte - auch bei einer nochmaligen leichten Steigerung der Effizienz - dazu führen, dass das derzeitige Niveau nicht weiter ausgebaut werden kann. Sollten die Basel Tourismus zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel nicht ausreichen, das Leistungs- und Qualitätsniveau der vergangenen Jahre zu halten, müsste der Verein gewisse Leistungen reduzieren.⁴

Der Regierungsrat erachtet die Höhe des Subventionsbetrages an Basel Tourismus dennoch aus folgenden Gründen als angemessen:

3.4.1.1 Basis: Vertragsverhältnis

Die Basis für die Beiträge zu Gunsten von Basel Tourismus bilden der bestehende Rahmenvertrag und die gemeinsam ausgehandelte Leistungsvereinbarung zwischen dem zuständigen Departement und dem Verein. Die beiden Partner bindet somit ein Vertragsverhältnis, im Rahmen dessen der Kanton Basel Tourismus für die erbrachten Dienstleistungen entschädigt (in der Form einer Subvention). Der Kanton will das Subventionsverhältnis weiterführen, weil Tourismusförderung im öffentlichen Interesse liegt und weil Basel Tourismus als spezialisierte Organisation die entsprechenden Leistungen zur Zufriedenheit des Kantons erbringt. Grundsätzlich aber gilt die Vertragsfreiheit: Wieviel Basel-Stadt in die Tourismusförderung investieren will und kann, muss dem Kanton freigestellt sein. Ein Anspruch auf einen bestimmten Umfang dieser Förderung und die damit verbundene Subvention besteht nicht.

3.4.1.2 Vergleich mit anderen Schweizer Städten

Der internationale und nationale Wettbewerbsdruck ist auch im Tourismus hoch. Basel als Geschäfts-, Messe-, Kongress- und Kulturdestination muss trotz zu erwartendem Spardruck beim Kanton mit anderen Regionen, insbesondere mit den direkt konkurrenzierenden Städten, mithalten können. Aus diesem Grund ist vor der Beschlussfassung ein entsprechender Quervergleich angestellt worden.

Tabelle 1: Staatliche Tourismusfinanzierung im Jahr 2011 (in CHF, gerundet)⁵

Stadt	Beitrag Stadt	Beitrag Kanton(e), Region	Total öffentliche Hand (ohne Gasttaxe)	Total Einnahmen (inkl. Gasttaxe und Tourismussteuer; gemäss Erfolgsrechnung)	Staatlicher Anteil in % (ohne Gasttaxe und Tourismussteuer)
Genf	k.A.	485'000	485'000	14'371'732 ⁶	3% (in 2008: 4 %)
Zürich	1'222'900	270'000	1'492'900	17'312'400 ⁷	9% (in 2008: 10 %)
Basel	1'900'000		1'900'000	10'323'303 ⁸	19% (in 2008: 18 %)
Luzern	460'000	360'000 ⁹	3'657'000	13'974'000 ¹⁰	26% (in 2008: 10 %)
Bern	2'256'519		2'256'519	6'137'087 ¹¹	37% (in 2008: 29 %)

⁴ Möglichkeiten liegen hier in der Reduzierung der Mitarbeitenden am Schalter und im Call Center sowie der Schalteröffnungszeiten (was mit längeren Wartezeiten für den Gast verbunden wäre) und in der Verringerung der Destinationswerbung in den Bereichen MICE- und Freizeittourismus.

⁵ Quelle (wo nicht anders vermerkt): Jahresberichte 2011 der einzelnen Organisationen (Betriebs-/Jahresrechnung).

⁶ Inkl. „Attribution de la Fondation pour le tourisme“ i.H.v. 9.2 Mio. Franken.

⁷ Inkl. City Tax Subregion Zürich i.H.v. 15.8 Mio. Franken.

⁸ Inkl. Gasttaxe i.H.v. 2.5 Mio. Franken.

⁹ Inkl. Beitrag Kantone UR, SZ, OW, NW.

¹⁰ Inkl. Kurtaxe und Beherbergungsabgaben (genaue Höhe nicht bekannt)

¹¹ Inkl. Übernachtungsabgabe i.H.v. 1.9 Mio. Franken.

Die aufgeführten Zahlen zeigen, dass sich der Kanton Basel-Stadt im Vergleich mit anderen Schweizer Städten im Mittelfeld bewegt, was die Tourismusförderung via die öffentliche Hand angeht.

Auffallend ist, dass die prozentualen staatlichen Anteile an der Tourismusfinanzierung allgemein (mit Ausnahme von Bern) relativ niedrig sind. Dies deutet darauf hin, dass die Förderung des Tourismus heute zu einem gewichtigen Teil über andere als staatliche Quellen finanziert wird, nämlich über Mitglieder- und Gönnerbeiträge, Beteiligungen der Leistungsträger sowie kommerzielle Erträge. Sollte Basel Tourismus also zusätzliche Einnahmen erzielen wollen, stehen alternative Wege offen, von denen Basel Tourismus auch bereits erfolgreich Gebrauch macht.

3.4.2 Erträge aus der Gasttaxe

Pro Übernachtung fallen in den Hotels in Basel-Stadt 3.50 Franken an staatlichen Gasttaxen an¹², wovon 95.8% an Basel Tourismus gehen. Die Finanzierung von Marketingaktivitäten aus Gasttaxerträgen ist aufgrund der Rechtsprechung des Bundesgerichtes zwar ausgeschlossen. Es können jedoch Dienstleistungen wie die Gästeinformation finanziert werden,¹³

3.4.3 Finanzielle Möglichkeiten des Kantons

Eine Erhöhung der wiederkehrenden Beiträge an Basel Tourismus zum heutigen Zeitpunkt erachtet der Regierungsrat angesichts des sich verengenden finanziellen Spielraums des Kantons als nicht opportun und auch nicht nachhaltig. Auch im Quervergleich mit den baselstädtischen Beiträgen an die BaselArea (diese betragen für die kommenden vier Jahre je 757'500 Franken) ist der Betrag an Basel Tourismus angemessen.

3.4.4 Fazit

Basel Tourismus hat in der laufenden Subventionsperiode gute Arbeit geleistet und nahezu alle in der Leistungsvereinbarung vereinbarten Ziele erfüllt. Aufgrund der dargestellten wirtschaftlichen Situation sollte der Kanton den Anträgen von Basel Tourismus jedoch nicht vollumfänglich entsprechen. Auch sollte ein automatischer Teuerungsausgleich (Indexierung der Subvention) vermieden werden. Dennoch ist es für Basel-Stadt von grosser Bedeutung, dass Basel Tourismus sein Wirkungsvermögen auch zukünftig beibehalten kann. Die Beibehaltung des Subventionsbeitrages erscheint dem Regierungsrat daher angemessen.

Basel Tourismus hat sich trotz des Wunsches nach einem noch höheren Subventionsbetrag bereit erklärt, ein Subventionsverhältnis über die Höhe von 1.9 Mio. Franken p.a. mit den in Kapitel 4 erwähnten Leistungen einzugehen. Der Regierungsrat empfiehlt daher dem Grossen Rat, seinem Begehren zuzustimmen.

4. Leistungen von Basel Tourismus 2014-2017 und Verwendung der kantonalen Mittel

4.1 Leistungen

Wie in den letzten drei Subventionsperioden werden die Leistungen von Basel Tourismus insgesamt in sechs Produktgruppen (A – F) und total 23 Produkten (A1 bis F1) erfasst.

¹² Hiervon gehen 95 Rappen für das „Mobility Ticket“ an den Tarifverbund Nordwestschweiz (TNW).

¹³ Die verbleibenden 4.2% gehen - gestützt auf das Gesetz betreffend die Erhebung einer Gasttaxe - an das WSU, das damit ebenfalls Leistungen finanzieren kann, die dem Gast zugute kommen. Das Fachdepartement ist weiterhin bereit, im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten aus diesen Mitteln entsprechende Projekte mitzufinanzieren.

Marketing / Verkauf / PR:	
A	Basel Tourismus sorgt für eine wirkungsvolle Vermarktung der Destination Basel gegenüber der Zielgruppe Tour Operators sowie Touristinnen und Touristen.
A 1	Koordination Destinationsmanagement mit Standort-Marketing Basel
A 2	Touristische Interessenvertretung nach aussen (ausserhalb Basel)
A 3	Touristische Interessenvertretung nach innen (innerhalb Basel)
A 4	Medienarbeit nach aussen (Fach- und Tagespresse)
A 5	Marktbearbeitung (allg. für Destination Basel)
A 6	Umsetzung der Marketingprogramme und -angebote wichtiger Partner
A 7	Printwerbung und seine Weiterentwicklung allg. "Basel" (ohne Incoming/Kongress-Services)
A8	Bildträgerdienst
A9	Touristische Publikationen
A10	Kongressbewerbung (MICE)
A11	Forschung & Entwicklung (inkl. Produktgestaltung, d.h. Angebotsgestaltung der Zusatzprodukte)

Hotelreservation / Internet:	
B	Basel Tourismus bietet über das Internet einen mehrsprachigen, kostengünstigen und effizienten Verkaufskanal für die touristischen Leistungen Basels sowie Informationen über aktuelle Veranstaltungen an.
B1	Internet und E-Commerce
B2	Veranstaltungskalender

Führungen:	
C	Basel Tourismus bietet regelmässige Führungen zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten Basels an. Es sorgt für eine periodische Aktualisierung der Inhalte.
C1	Führungen

Produktmanagement Incoming:	
D	Basel Tourismus unterhält für Gruppen eine Anlaufstelle für die Vorbereitung eines Basel-Besuchs, übernimmt auf Wunsch eine Generalunternehmer-Funktion und sorgt für eine regelmässige Angebotsaktualisierung.
D1	Incoming-Services (Gruppen ab 12 Personen)

D2	Qualifizierte Beantwortung individueller, einfacher Anfragen
----	--

E	Produktmanagement Tourist Info: Basel Tourismus betreibt mindestens zwei Welcome Desks an attraktiver Lage.
E1	Welcome Desk
E2	Warenhandel
E3	Prospekte
E4	Fussgängerwegweisung*
E5	Stadt-/Citypläne (exkl. Produktion)**
E6	Touristisches Qualitätsmanagement (Q-Programme)

*/** Finanzierung erfolgt vollständig ausserhalb der Subvention.

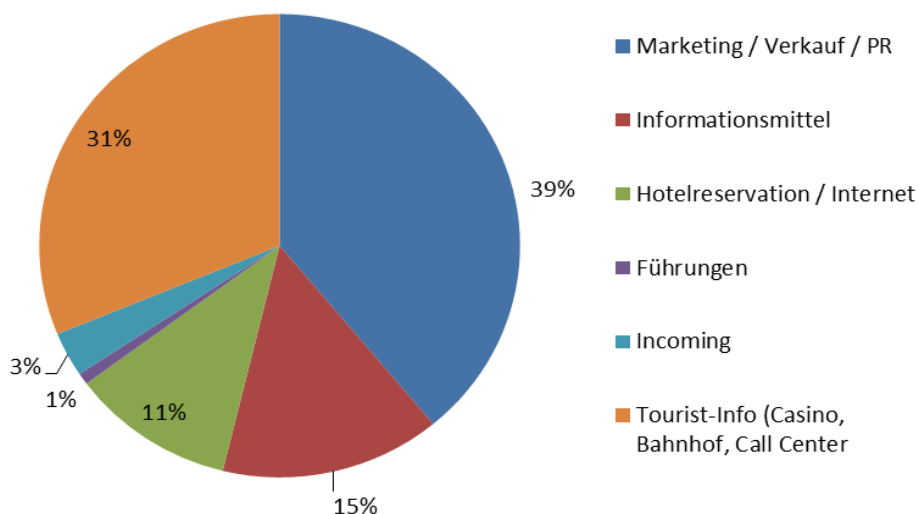
F	Produktmanagement Mitgliederwesen: Basel Tourismus führt das Vereinsgeschäft und sorgt auf der Basis einer Mitgliederstrategie für eine breite Basis seiner Aktivitäten in der Stadt und der Region Basel.
F1	Mitgliederwesen***

*** kein öffentlicher Finanzierungsbeitrag

4.2 Verwendung der öffentlichen Gelder

Im Zeitraum von 2010-2012 wurden die öffentlichen Beiträge (Subvention und Gasttaxen) in folgenden Produktgruppen eingesetzt:

Abbildung 2: Verwendung der öffentlichen Gelder durch Basel Tourismus



Quelle: Basel Tourismus

Auch für die Subventionsperiode 2014-2017 wird von Basel Tourismus eine vergleichbare Verwendung beabsichtigt. Eine detailliertere Steuerung durch den Kanton ist nicht sinnvoll, umso weniger, als dieser eine Vertretung in den Vorstand von Basel Tourismus delegiert und eine separate Leistungsvereinbarung mit der Organisation abgeschlossen wird.

5. Beurteilung nach §55 des Subventionsgesetzes

5.1 Öffentliches Interesse des Kantons an der Erfüllung der Aufgabe (§5 Abs. 2 lit. a SubvG)

Gemäss der einschlägigen Literatur gibt es im Wesentlichen drei Gründe für eine staatliche Unterstützung der Tourismusförderung:

- Öffentliches Interesse an der Erbringung der Aufgabe;
- Vermeidung von Transaktionskosten: Der Tourismus ist keine Branche im eigentlichen Sinn. Die Anbieter touristischer Leistungen sind auf eine Vielzahl von Branchen verteilt. Dies bedingt einen hohen Koordinationsaufwand für die Bereitstellung und Vermarktung touristischer Dienstleistungsbündel. Eine zentrale Organisation senkt diese Kosten.
- Konkurrenz: Der Tourismussektor erhält in wichtigen Konkurrenzdestinationen im In- und Ausland öffentliche Unterstützung in erheblichem Ausmass. Der Kanton muss dafür sorgen, dass die Basler Tourismuswirtschaft eine vergleichbare Ausgangslage hat.

Das öffentliche Interesse des Kantons manifestierte sich auch bereits im damaligen Politikplan 2009-2012. Dort hiess es unter anderem:

- Die wichtigsten Stärken von Basel werden erfolgreich kommuniziert und die Kommunikationsbotschaften der verschiedenen Marketingorganisationen mit staatlicher Beteiligung sind inhaltlich und optisch aufeinander abgestimmt.
- Basel ist international bekannt als führende Messe-, Kongress- und Kulturdestination und erzielt eine hohe touristische Wertschöpfung.

Im Legislaturplan 2009-2013 ist beim Schwerpunkt "Wirtschaftsstandort stärken" das Ziel formuliert: "Die Stadt Basel ist eine wichtige Gastgeberin von internationalen Messen und Kongressen. Sie ist eine wirtschaftlich und gesellschaftlich bedeutende Tourismus- und Begegnungsstadt."

Zudem profitieren auch die internationalen Konzerne von einem positiven Image der Stadt (Rekrutierung von Arbeitskräften). Der Kanton hat daher weiterhin ein grosses Interesse, dass die Tourismusförderung professionell von Basel Tourismus wahrgenommen wird. Aufgrund der obigen Ausführungen in der Regierungsrat der Auffassung, dass der Nachweis eines öffentlichen Interesses des Kantons an der Erfüllung der Aufgabe erbracht ist.

5.2 Sachgerechte Erfüllung der Aufgabe durch den Subventionsempfänger (§5 Abs. 2 lit. b SubvG)

Basel Tourismus ist eine in der Branche respektierte Tourismusorganisation mit einer motivierten, erfolgreichen Belegschaft und einem professionell arbeitenden Vorstand. Dies ist für die Erfüllung der spezifischen Aufgaben von grosser Bedeutung. Die Zahlen in Kapitel 2.2. und 2.3 belegen, dass Basel Tourismus die vom Kanton delegierten Aufgaben sachgerecht erbringt.

5.3 Angemessene Eigenleistungen des Subventionsempfängers (§5 Abs. 2 lit. c SubvG)

Gemäss Jahresrechnungen 2012 betrug der Anteil der privat erwirtschafteten Mittel rund 57%, die öffentlichen Mittel (Subvention plus Gasttaxenerträge) trugen demgemäss 43% zu den Gesamteinnahmen bei (Subvention alleine: 18%; in 2008: 17%). Für die Jahre 2014-2017 ist von

einem ungefähr gleich hohen öffentlichen Anteil auszugehen¹⁴. Je erfolgreicher Basel Tourismus aufgrund privater und öffentlicher Mittel arbeitet, desto mehr Erträge aus der staatlichen Gasttaxe fliessen aufgrund höherer Übernachtungszahlen an die Organisation.

Fazit: Die Eigenleistungen von Basel Tourismus sind angemessen, so dass dieses Kriterium für die Gewährung einer staatlichen Subvention erfüllt ist.

5.4 Nutzung der Ertragsmöglichkeiten des Subventionsempfängers (§5 Abs. 2 lit. c SubvG)

Der hohe Eigenfinanzierungsgrad von Basel Tourismus, die weitere Steigerung der kommerziellen Erträge sowie das strikte Kostenmanagement bestätigen, dass der Subventionsempfänger seine Ertragsmöglichkeiten bereits heute stark ausgeschöpft hat.

Fazit: Der Nachweis der Nutzung der Ertragsmöglichkeiten ist gemäss §5 Abs. 2 lit. C SubvG erbracht.

5.5 Nachweis, dass die Aufgabe ohne Subvention nicht hinreichend erfüllt werden kann (§5 Abs. 2 lit. d SubvG)

Die touristischen Serviceleistungen von Basel Tourismus und die Tourismusförderung bewegen sich traditionell und aus dem geltenden Verständnis heraus im Zusammenspiel von privaten Interessenten und der öffentlichen Hand. Damit ist die gemischtwirtschaftliche Finanzierung gegeben. Ein Abbau oder gar Wegfall eines Finanzierungsbereiches – ohne Kompensation – würde unweigerlich zum Abbau oder Wegfall von Leistungen führen. Ein gänzlicher Wegfall der Subvention würde bedeuten, dass Basel Tourismus seine Kernaufgaben zu Gunsten der öffentlichen Hand nicht mehr erfüllen würde. Wichtige Dienstleistungen würden wegfallen, die touristische Werbung stark reduziert, die Vermittlung des touristischen Angebots eingeschränkt und Serviceleistungen an Gäste und Einheimische sowie die touristische Attraktivität unserer Stadt würde erheblich abnehmen. Als Ergebnis würden die Besucherzahlen und Übernachtungen in Basel zurückgehen, was sich negativ auf die für den Standort Basel bedeutende Tourismusbranche insgesamt (Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, Transport, Baubranche, Kultur, ...) auswirken würde.

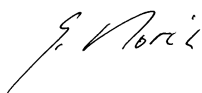
Fazit: Die Aufgabe kann ohne staatliche Subvention nicht oder nicht hinreichend erfüllt werden.

6. Antrag

Das Finanzdepartement hat den vorliegenden Ratschlag gemäss § 8 des Gesetzes über den kantonalen Finanzhaushalt (Finanzhaushaltsgesetz) vom 14. März 2012 überprüft.

Gestützt auf unsere Ausführungen beantragen wir dem Grossen Rat die Annahme des nachstehenden Beschlussentwurfes.

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Guy Morin
Präsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin

¹⁴ Genaue Angaben sind nicht möglich, da sowohl die Gasttaxenerträge wie die privat erwirtschafteten Mittel nicht exakt vorhersehbar sind.

Beilagen

- Entwurf Grossratsbeschluss
- Bilanzübersicht 2010-2012
- Betriebsrechnungsübersicht 2010-2012
- Revisionsbericht
- Budget 2013
- Statuten

Grossratsbeschluss

Ratschlag betreffend die Bewilligung von Subventionen an Basel Tourismus für die Jahre 2014-2017

[Untertitel eingeben]

(vom [Datum eingeben])

Der Grosse Rat des Kantons Basel Stadt, nach Einsichtnahme in den Ratschlag des Regierungsrates Nr. [Nummer eingeben] vom [Datum eingeben] und nach dem mündlichen Antrag der [Kommission eingeben] vom [Datum eingeben], beschliesst:

1. Für Subventionen an Basel Tourismus werden für die Jahre 2014-2017 Ausgaben in der Höhe von maximal Fr. 7'600'000 (Fr. 1'900'000 pro Jahr), nicht indexiert, für die Erfüllung der vertraglich vereinbarten Leistungen bewilligt (Kostenstelle 8064510, Auftragsnummer 806451090001).

Dieser Beschluss ist zu publizieren. Er untersteht dem Referendum.

Bilanzübersicht 2010 - 2012

Aktiven	31.12.2012 CHF	31.12.2011 CHF	31.12.2010 CHF
Umlaufvermögen			
Kasse und Postcheck	138'212	88'484	266'562
Bankguthaben	1'153'230	1'681'251	1'539'942
Wertschriften	1	1	1
Forderungen aus Leistungen	533'605	224'996	349'136
./. Delkredere-Rückstellung	-25'000	-25'000	-25'000
Übrige Forderungen	11'792	59'344	72'010
Waren	78'500	94'000	90'000
Bestand Basisbroschüre	18'100	10'500	39'000
Aktive Rechnungsabgrenzung	258'283	190'636	221'426
	2'166'723	2'324'212	2'553'077
Anlagevermögen			
Sachanlagen			
Maschinen / Apparate	1	1	1
Mobilien	1	1	1
Umzug	1	1	1
EDV-Anlagen	1	1	1
IRS / Internet	1	1	1
	5	5	5
Total Aktiven	2'166'728	2'324'217	2'553'082
Passiven			
Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Leistungen	420'885	437'450	753'517
Übrige Verbindlichkeiten	8'390	85'621	121'571
Passive Rechnungsabgrenzung	652'901	655'173	595'947
Rückstellungen	178'564	211'866	206'502
	1'260'740	1'390'110	1'677'537
Eigenkapital			
Zweckgebundene Fonds			
Fond für Marketing-Aktionen	432'500	427'500	372'500
Fond für bauliche Massnahmen	84'205	84'205	84'205
Fond für allg. Geschäftsrisiken	243'000	283'000	283'000
	759'705	794'705	739'705
Vermögen			
Stand 01.01.	139'402	135'840	120'867
Jahresgewinn	6'881	3'562	14'973
Stand 31.12.	146'283	139'402	135'840
Total Passiven	2'166'728	2'324'217	2'553'082

Betriebsrechnung

	2012		2011		2010	
	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF
Führungen und Ausflüge	703'929	970'165	750'546	1'012'481	757'318	1'040'315
Incoming Services	959'430	1'270'705	852'636	1'172'816	846'246	1'155'897
Hotelreservationen / Internet	248'913	321'615	598'628	396'758	453'417	592'205
Waren / Souvenirs	844'754	1'028'892	796'405	992'052	783'109	969'272
Marketing / PR	2'043'371	993'278	1'756'463	807'751	1'859'177	877'597
Zwischentotal I	4'800'397	4'584'655	4'754'678	4'381'858	4'699'267	4'635'286
Personalaufwand	4'328'931	568'869 ¹⁾	4'252'742	611'752 ¹⁾	4'082'539	593'006 ¹⁾
Betrieb / Miete	758'019	71'883	692'481	83'944	745'181	89'017
Abschreibungen	39'795		34'051		64'706	
Zwischentotal II	9'927'142	5'225'407	9'733'952	5'077'554	9'591'693	5'317'309
Subventionen		1'900'000		1'900'000		1'900'000
Gasttaxen		2'576'541		2'522'859		2'316'387
Vereinsbelange	403'850	180'912	305'789	172'866	321'613	214'522
Mitgliederbeiträge		420'013		425'024		442'061
Zwischentotal III	10'330'992	10'302'873	10'039'741	10'098'303	9'913'306	10'190'279
Betriebserfolg	-28'119		58'562		276'973	
ausserordentlicher Ertrag		0		0		95'500
Fonds Entnahme		115'000		225'000		132'205
Fonds Äufnung	80'000		280'000		489'705	
Jahresgewinn	6'881		3'562		14'973	
Total	10'417'873	10'417'873	10'323'303	10'323'303	10'417'984	10'417'984

¹⁾ unter "Führungen und Ausflüge" ausgewiesen



***Basel Tourismus
Basel***

***Bericht der Revisionsstelle
an die Vereinsversammlung
zur Jahresrechnung 2012***



Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Vereinsversammlung der
Basel Tourismus
Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) der Basel Tourismus für das am 31.12.2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese 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 Unternehmen 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 entsprechen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Rodolfo Gerber
Revisionsexperte
Leitender Revisor

Christine Jaussi

Basel, 16. April 2013

Beilagen:

- Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung)

Bilanz

Aktiven	31.12.2012 CHF	Vorjahr CHF
Umlaufvermögen		
Kasse und Postcheck	138'212	88'484
Bankguthaben	1'153'230	1'681'251
Wertschriften	1	1
Forderungen aus Leistungen	533'605	224'996
./.. Delkredere-Rückstellung	-25'000	-25'000
Übrige Forderungen	11'792	59'344
Waren	78'500	94'000
Bestand Basisbroschüre	18'100	10'500
Aktive Rechnungsabgrenzung	258'283	190'636
	2'166'723	2'324'212
Anlagevermögen		
Sachanlagen		
Maschinen / Apparate	1	1
Mobilien	1	1
Umzug	1	1
EDV-Anlagen	1	1
IRS / Internet	1	1
	5	5
Total Aktiven	2'166'728	2'324'217
Passiven		
Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Leistungen	420'885	437'450
Übrige Verbindlichkeiten	8'390	85'621
Passive Rechnungsabgrenzung	652'901	655'173
Rückstellungen	178'564	211'866
	1'260'740	1'390'110
Eigenkapital		
Zweckgebundene Fonds		
Fond für Marketing-Aktionen	432'500	427'500
Fond für bauliche Massnahmen	84'205	84'205
Fond für allg. Geschäftsrisiken	243'000	283'000
	759'705	794'705
Vermögen		
Stand 01.01.	139'402	135'840
Jahresgewinn	6'881	3'562
Stand 31.12.	146'283	139'402
Total Passiven	2'166'728	2'324'217

Betriebsrechnung

	2012		Vorjahr	
	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF
Führungen und Ausflüge	703'929	970'165	750'546	1'012'481
Incoming Services	959'430	1'270'705	852'636	1'172'816
Hotelreservierungen / Internet	248'913	321'615	598'628	396'758
Waren / Souvenirs	844'754	1'028'892	796'405	992'052
Marketing / PR	2'043'371	993'278	1'756'463	807'751
Zwischentotal I	4'800'397	4'584'655	4'754'678	4'381'858
Personalaufwand	4'328'931	568'869 ¹⁾	4'252'742	611'752 ¹⁾
Betrieb / Miete	758'019	71'883	692'481	83'944
Abschreibungen	39'795		34'051	
Zwischentotal II	9'927'142	5'225'407	9'733'952	5'077'554
Subventionen		1'900'000		1'900'000
Gasttaxen		2'576'541		2'522'859
Vereinsbelange	403'850	180'912	305'789	172'866
Mitgliederbeiträge		420'013		425'024
Zwischentotal III	10'330'992	10'302'873	10'039'741	10'098'303
Betriebserfolg	-28'119		58'562	
ausserordentlicher Ertrag		0		0
Fonds Entnahme		115'000		225'000
Fonds Äufnung	80'000		280'000	
Jahresgewinn	6'881		3'562	
Total	10'417'873	10'417'873	10'323'303	10'323'303

¹⁾ unter "Führungen und Ausflüge" ausgewiesen



Die Statuten des Vereins Basel Tourismus

Basel Tourismus, Aeschenvorstadt 36, CH-4010 Basel, www.basel.com

Statuten von Basel Tourismus

Name, Sitz, Zweck und Mittel

Art. 1 Name und Sitz

Unter dem Namen Basel Tourismus besteht ein Verein im Sinne von Art. 60ff. ZGB mit Sitz in Basel. Der Verein ist im Handelsregister des Kantons Basel-Stadt eingetragen. Er wurde 1890 unter dem Namen Verkehrsverein Basel als eine Vereinigung all derer, denen das Wohl der Stadt Basel und ihrer Region am Herzen liegt, gegründet.

Art. 2 Zweck

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.

Basel Tourismus

- dient als Informations- und Auskunftsstelle für seine Gäste,
- stellt die touristische Basiswerbung für Basel sicher und profiliert die «Marke Basel» aus touristischer Sicht,
- hilft bei der touristischen Angebotsgestaltung und der Qualitätssicherung mit,
- strebt die Öffnung der Distributionskanäle für interessierte Partner an und fördert den Verkauf touristischer Angebote,
- bereitet touristische Marktinformationen als Entscheidungsgrundlage für sich und seine Mitglieder auf und
- vertritt die touristischen Interessen nach aussen und beteiligt sich aktiv am zielgruppenübergreifenden Marketing für Basel.

Art. 3 Finanzierung und Haftung

Basel Tourismus beschafft sich seine Mittel durch:

- Mitgliederbeiträge,
- Abgeltung von Dienstleistungen unter Einschluss der Beiträge der öffentlichen Hand,
- Freiwillige Zuwendungen und Beiträge sowie
- Ertrag des eigenen Vermögens.

Mitgliedschaft

Art. 4 Mitgliedschaft

Mitglied des Vereins können natürliche oder juristische Personen oder Gesellschaften des privaten oder öffentlichen Rechts werden.

Art. 5 Aufnahme von Mitgliedern

Über die Aufnahme von Mitgliedern entscheidet der Vorstand. Er kann die Aufnahme ohne Angaben von Gründen ablehnen. Sein Entscheid ist endgültig.

Art. 6 Erlöschen der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft endet durch schriftlich erklärten Austritt auf das Ende eines Kalenderjahres, Tod, Auflösung der betreffenden Gesellschaft oder Körperschaft oder durch Ausschluss aus dem Verein.

Über den Ausschluss eines Mitglieds entscheidet der Vorstand endgültig; der Beschluss kann ohne Angabe von Gründen erfolgen.

Art. 7 Mitgliederbeiträge

Die Mitgliedschaft verpflichtet zur Leistung der Beiträge gemäss dem Beitragsreglement¹ und berechtigt zur entsprechenden Teilnahme an den Vergünstigungen für Mitglieder.

Art. 8 Ehrenmitgliedschaft

Mitglieder, welche sich um den Verein und seine Zwecke hervorragende Verdienste erworben haben, können auf den Vorschlag des Vorstandes hin durch die Mitgliederversammlung zu Ehrenmitgliedern ernannt werden und sind von der Bezahlung des Mitgliederbeitrages befreit.

¹ siehe Beilage

Organe

Art. 9 Organe

Die Organe von Basel Tourismus sind:

- die Mitgliederversammlung,
- der Vorstand,
- die Tourismuskommission,
- die Geschäftsleitung sowie
- die Revisionsstelle.

Mitgliederversammlung

Art. 10 Befugnisse der Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung ist das oberste Organ des Vereins. Sie hat folgende Befugnisse:

- Änderung der Statuten,
- Wahl und Abberufung der Vorstandsmitglieder, ausser des oder der staatlichen Delegierten, sowie der Revisionsstelle,
- Genehmigung der Jahresrechnung und des Jahresberichtes,
- Entlastung des Vorstandes,
- Beschlussfassung über Anträge des Vorstandes oder der Vereinsmitglieder,
- Erlass des Beitragsreglements und
- Beschlussfassung über Fusion mit anderen Vereinigungen oder Auflösung des Vereins.

Art. 11 Mitgliederversammlungen

Die ordentliche Mitgliederversammlung tritt in der Regel in den ersten sechs Monaten des Kalenderjahres zusammen. Auf Beschluss des Vorstandes oder auf Antrag von mindestens 100 Mitgliedern kann jederzeit eine ausserordentliche Mitgliederversammlung einberufen werden.

Art. 12 Einladung zur Versammlung

Die Mitgliederversammlung wird vom Vorstand mindestens 14 Tage im voraus auf schriftlichem Wege und unter Angabe der Traktanden einberufen. Anträge von Mitgliedern sind spätestens 7 Tage vor der Versammlung dem Vorstand schriftlich zuhanden der Mitgliederversammlung einzureichen.

Art. 13 Leitung und Beschlussfassung

Die Mitgliederversammlung wird vom Präsidenten oder von der Präsidentin, in dessen oder deren Abwesenheit vom Vizepräsidenten oder von der Vizepräsidentin geleitet.

Die Mitgliederversammlung fasst ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen mit dem einfachen Mehr der abgegebenen Stimmen. Jedes Mitglied hat eine Stimme. Bei Stimmengleichheit hat der oder die Vorsitzende den Stichentscheid.

Die Änderung der Statuten, die Fusion mit anderen Vereinigungen und die Auflösung des Vereins bedürfen der Zustimmung von 2/3 der anwesenden Mitglieder.

Vorstand

Art. 14 Befugnisse des Vorstandes

Der Vorstand ist befugt über alle Gegenstände Beschluss zu fassen, die nicht durch Gesetz oder Statuten ausdrücklich anderen Organen zugewiesen sind. Insbesondere hat er folgende Befugnisse:

- Oberleitung des Vereins und Erlass der nötigen Weisungen,
- Festlegung der Organisation der Geschäftsführung, Regelung der Finanzkompetenzen und Genehmigung des Budgets,
- Ernennung und Abberufung der Mitglieder der Geschäftsleitung,
- Festlegung der Anzahl der Mitglieder der Tourismuskommission und deren Ernennung und Abberufung,
- Beaufsichtigung der mit der Geschäftsführung beauftragten Personen und Regelung der Zeichnungsberechtigung,
- Aufnahme und Ausschluss von Vereinsmitgliedern,
- Erstellung von Jahresbericht und Jahresrechnung,
- Vorbereitung der Anträge an die Mitgliederversammlung und Vollzug deren Beschlüsse sowie
- Wahl und Abberufung des Vereinspräsidenten oder der Vereinspräsidentin sowie des Vizepräsidenten oder der Vizepräsidentin.

Der Vorstand kann einzelne der ihm zustehenden Befugnisse an den Präsidenten/die Präsidentin, an Ausschüsse oder die Geschäftsleitung delegieren. Er erlässt zu diesem Zweck ein Organisationsreglement, in dem der Umfang der Kompetenzübertragung im Einzelnen umschrieben wird.

Art. 15 Vorstandsmitglieder

Der Vorstand besteht aus mindestens 5, maximal 10 Vereinsmitgliedern. Die Amtsdauer der Vorstandsmitglieder beträgt 3 Jahre; die Wiederwahl ist zulässig. Vorstandsmitglieder, welche das 70. Altersjahr beendet haben, scheiden auf das Datum der nächsten Mitgliederversammlung aus ihrem Amt aus. Die Mitgliedschaft ist persönlich; eine Stellvertretung ist ausgeschlossen.

Während der Amtsperiode ausscheidende Vorstandsmitglieder können durch Beschluss des Vorstandes durch ein neues Mitglied ersetzt werden. Die Wahl unterliegt der Genehmigung durch die nächste Mitgliederversammlung.

Art. 16 Vereinspräsidium und Beschlussfassung im Vorstand

Der Vorstand wählt aus seiner Mitte den Vereinspräsidenten oder die Vereinspräsidentin sowie den Vizepräsidenten oder die Vizepräsidentin. Er versammelt sich auf schriftliche Einladung des Vereinspräsidenten oder der Vereinspräsidentin oder auf Verlangen von mindestens drei Vorstandsmitgliedern sooft es die Geschäfte erfordern. Den Vorsitz führt der Vereinspräsident oder die Vereinspräsidentin, bei dessen oder deren Verhinderung der Vizepräsident oder die Vizepräsidentin.

Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der Mitglieder anwesend ist. Er fasst seine Beschlüsse mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Der Vereinspräsident oder die Vereinspräsidentin stimmt mit und hat bei Stimmengleichheit den

Für die Verbindlichkeiten des Vereins haftet ausschliesslich das Vereinsvermögen. Eine Haftung der Mitglieder ist ausgeschlossen

Tourismuskommission

Art. 17 Tourismuskommission

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 umfasst mindestens 15 und maximal 25 Mitglieder.

Ihre Aufgaben werden im einzelnen durch den Vorstand im Organisationsreglement umschrieben. Die Tourismuskommission tagt in der Regel zwei-, mindestens jedoch einmal jährlich. Den Vorsitz führt der Vereinspräsident oder die Vereinspräsidentin oder der Vizepräsident oder die Vizepräsidentin.

Geschäftsleitung

Art. 18 Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung:

- führt die laufenden Geschäfte,
- bereitet die in der Kompetenz des Vorstandes liegenden Geschäfte vor, stellt dazu Antrag und vollzieht die gefassten Beschlüsse,
- hat die Kompetenzen, die ihr vom Vorstand im Organisationsreglement übertragen werden sowie
- ist für die Protokollführung der Sitzungen der Vereinsorgane besorgt.

Die Geschäftsleitung wird vom Vorsitzenden oder von der Vorsitzenden der Geschäftsleitung geleitet, welcher oder welche an den Sitzungen der übrigen Vereinsorgane mit beratender Stimme teilnimmt.

Revisionsstelle

Art. 19 Revisionsstelle

Die Jahresrechnung wird alljährlich durch eine von der Mitgliederversammlung gewählte Revisionsstelle geprüft.

Die Revisionsstelle erstattet der Mitgliederversammlung über ihre Prüfung schriftlich Bericht und stellt Antrag.

Auflösung des Vereins

Art. 20 Auflösung des Vereins

Die Mitgliederversammlung kann mit einer Stimmenmehrheit von 2/3 aller anwesenden Mitglieder die Auflösung des Vereins beschliessen.

Das nach der Liquidation verbleibende Vermögen geht zu gleichen Teilen an den Kanton Basel-Stadt und an die Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige in Basel zur Verwendung im Sinne des Vereinszweckes.

Die vorstehenden, total revidierten Statuten von Basel Tourismus wurden an der Mitgliederversammlung vom 30. Mai 2001 angenommen und sind an diesem Datum in Kraft getreten.

Der Präsident



Dr. Dieter B. Fuglistaller

Der Vorsitzende
der Geschäftsleitung



Hans-Peter Ryhiner

Budget 2013

Ertrag	Aufwand	Ertrag
Führungen + Ausflüge		1'063'471
Incoming Services		1'274'700
Hotelreservation		283'400
Waren / Souvenirs		999'378
Marketing / PR		765'002
Total Ertrag		4'385'951
Aufwand		
Führungen + Ausflüge	207'230	
Incoming Services	931'900	
Hotelreservation	89'000	
Waren + Souvenirs	817'500	
Marketing / PR	2'092'913	
Total Aufwand	4'138'543	
Personalaufwand	4'321'041	
Sonstiger Betriebsaufwand		
Ertrag Verwaltung / Miete		75'000
Mietaufwand	385'000	
Büro- und Verwaltungsaufwand	340'000	
Abschreibungen	20'000	
Total Sonstiger Betriebsaufwand	745'000	75'000
Betriebliche Nebenerfolge		
Subventionen		1'900'000
Gasttaxen		2'520'000
Ertrag Verein		165'000
Aufwand Verein	301'500	
Mitgliederbeiträge		412'000
Ausserordentlicher E/A Saldo		50'000
Total Betriebliche Nebenerfolge	301'500	5'047'000
	9'506'084	9'507'951
Reingewinn	1'867	
	9'507'951	9'507'951