



Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt

An den Grossen Rat

09.0857.01

WSU/P090857
Basel, 26. August 2009

Regierungsratsbeschluss
vom 25. August 2009

Ratschlag

Ausrichtung von Betriebskostenbeiträgen an Basel Tourismus für die Jahre 2010 bis 2013

Inhaltsverzeichnis

1. Begehren	3
2. Begründung des Begehrens.....	3
2.1 Subventionsverhältnis 2006 – 2009	3
2.2 Entwicklung bei Basel Tourismus 2006 – 2009	3
2.2.1 Entwicklung des Personal- und des Raumaufwandes.....	3
2.2.2 Vorstand.....	4
2.2.3 Tourismuskommission	4
2.2.4 Aktivitäten der Geschäftsstelle.....	4
2.3 Entwicklung des Basler Tourismus 2006 – 2009	6
2.3.1 Logiernächteentwicklung.....	6
2.3.2 Durchschnittliche Zimmerbelegung.....	7
2.3.3 Umsatzentwicklung	7
2.3.4 Wertschöpfung für den Kanton Basel-Stadt	8
3. Basel Tourismus 2010 – 2013.....	8
3.1 Antrag von Basel Tourismus	8
3.2 Ziele des Regierungsrates	9
3.2.1 Inhaltliche Ziele	9
3.2.2 Zuständigkeiten.....	9
3.3 Steuerung durch Vorstand und Kanton.....	10
3.4 Höhe der Subvention 2010 – 2013	10
3.4.1 Basis: Vertragsverhältnis	11
3.4.2 Vergleich mit anderen Schweizer Städten	11
3.4.3 Erträge aus der Gasttaxe	12
3.4.4 Beteiligung des Kantons am Impulsprogramm Tourismus des Bundes	12
3.4.5 Finanzielle Möglichkeiten des Kantons	12
3.4.6 Fazit.....	13
4. Leistungen von Basel Tourismus 2010 – 2013	13
4.1 Leistungen.....	13
4.2 Verwendung der öffentlichen Beiträge	15
5. Beurteilung nach §55 des Subventionsgesetzes.....	16
5.1 Öffentliches Interesse des Kantons an der Erfüllung der Aufgabe (§5 Abs. 2 lit. a SubvG) 16	16
5.2 Sachgerechte Erfüllung der Aufgabe durch den Subventionsempfänger (§5 Abs. 2 lit. b SubvG) 16	16
5.3 Angemessene Eigenleistungen des Subventionsempfängers (§5 Abs.2 lit. c SubvG).....17	17
5.4 Nutzung der Ertragsmöglichkeiten des Subventionsempfängers (§5 Abs. 2 lit. c SubvG) ..17	17
5.5 Nachweis, dass die Aufgabe ohne Subvention nicht hinreichend erfüllt werden kann (§5 Abs. 2 lit. d SubvG)	17
6. Antrag	18

1. Begehren

Das bestehende Subventionsverhältnis mit Basel Tourismus läuft am 31. Dezember 2009 aus. Wir beantragen Ihnen, das Subventionsverhältnis mit Basel Tourismus zu erneuern und folgenden Betrag zu bewilligen:

- einen nicht indexierten Betriebskostenbeitrag von jährlich CHF 1.9 Mio. für die Jahre 2010 bis 2013 (total CHF 7.6 Mio.; Kostenstelle 8068320, Kostenart 365100, Auftragsnummer 806832091001).

2. Begründung des Begehrens

2.1 Subventionsverhältnis 2006 – 2009

Mit Beschluss vom 15.12.2005 (Nr. 05/50/13G) hatte der Grosse Rat, gestützt auf einen Antrag des Regierungsrates, einen jährlichen Unterstützungsbeitrag in Höhe von CHF 1.84 Mio. zugunsten von Basel Tourismus bewilligt. Die Bewilligung des Beitrages entsprach damals einer Kürzung um rund 7% gegenüber dem von 2002 bis 2005 geltenden Subventionsverhältnis. Dies entsprach einer leicht unterproportionalen Kürzung im Vergleich zu den übrigen Ausgaben des entsprechenden Aufgabenfeldes.

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 Zeile erfüllt, teilweise sogar übererfüllt. Die an Basel Tourismus überwiesenen Beträge sind erfolgreich investiert worden.

2.2 Entwicklung bei Basel Tourismus 2006 – 2009

2.2.1 Entwicklung des Personal- und des Raumaufwandes

Der Personalaufwand erhöhte sich im Zuge des Wachstums der Organisation und des touristischen Geschäfts zwischen 2006 und 2009 von rund CHF 3.2 Mio. auf rund CHF 4.0 Mio., die Zahl der Vollzeitstellen von 30 auf 40. Die durchschnittliche Lohnsumme pro Mitarbeiter/-in konnte demnach um rund 10% gesenkt werden, unter anderem, weil Basel Tourismus inzwischen ständig vier bis fünf Praktikanten/-innen beschäftigt. Bezogen auf die Messgrössen der Leistungsvereinbarung, die das Fachdepartement und Basel Tourismus jeweils aushan-

dehn, hat sich das Verhältnis zwischen Leistung und Aufwand nochmals spürbar verbessert. Die Mietkosten für die drei Domizile Aeschenvorstadt (Geschäftsstelle, Call-Center), Stadtcasino (Tourist-Info) sowie Bahnhof SBB (Tourist-Info) betragen zurzeit total CHF 290'000. Die Jahresrechnungen und Bilanzen 2006 bis 2008 sowie das Budget 2009 finden sich in der Beilage.

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 im Februar 2008 (im Einklang mit den Statuten) letztmals komplett überarbeitet. Es bildet neben den Statuten, dem Subventionsvertrag und der Leistungsvereinbarung des Kantons Basel-Stadt die Grundlage der Tätigkeiten für den Betrieb für die Jahre 2009 bis 2012.

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 zweimal jährlich.

2.2.4 Aktivitäten der Geschäftsstelle

2.2.4.1 Touristische Positionierung

Die Stadt Basel hat als kulturell reichhaltiges Zentrum einen guten Ruf. Bei einer Besucherumfrage im Jahr 2007 verbanden über zwei Drittel der Befragten Basel mit dem Schlagwort „Kulturstadt“. Allerdings fokussiert sich dieser Eindruck überwiegend auf die zeitgenössische Architektur, Kunst und Kultur, wie eine Online-Befragung von Schweiz Tourismus ergab. Diese zeigte auch, dass Basel bei den wichtigen Entscheidungskriterien für Städtereiseende wie „Atmosphäre der Stadt“ oder „Orte mit einzigartigen Sehenswürdigkeiten“ im europäischen Vergleich bestenfalls im Mittelfeld klassiert ist. Die Kriterien „zeitgenössische Architektur“ und „Kunst und Kultur“ sind für die Ferienwahl gemäss dieser Studie hingegen von sekundärer Bedeutung.

Für Basel Tourismus ergibt sich daraus, dass es die Imagekampagne künftig etwas breiter zu fassen gilt. Mehr Gewicht erhalten sollen insbesondere die Bereiche „Altstadt“, „Atmosphäre“, „Erholungszonen am Rhein“, „Shopping“ und „Sehenswürdigkeiten“. Diese Erkenntnisse sind konkret in die Ende 2008 überarbeitete Marketingstrategie für die kommenden vier Jahre eingeflossen.

Des Weiteren hat Basel Tourismus seine Marketingsaktivitäten, insbesondere auf den Zukunftsmärkten Asiens, ausgeweitet. In den Märkten Japan und China, die seit 2003, respek-

tive 2005 bearbeitet werden, interessiert die historische Altstadt im Dreiländereck mit den Shoppingmöglichkeiten. Dabei geht es darum, Basel als attraktives Etappenziel auf einer Europa-Reise zwischen Paris, Interlaken und Rom zu etablieren.

In der Schweiz betreibt Basel Tourismus aufgrund der Mittelbeschränkung kein eigenes Marketing, sondern sucht Kooperationen mit den publikumswirksamen Events (z.B. Basel Tattoo, AVO SESSION Basel, Davidoff Swiss Indoors Basel etc.), respektive mit attraktiven Ausstellungen (z. B. Van Gogh, Giacometti etc.) oder Festen (Herbstmesse, Basler Weihnachtsmarkt etc.).

2.2.4.2 Internet Services

Im Herbst 2007 erfolgte die Aufschaltung der neu konzipierten Website von Basel Tourismus und gleichzeitig die Umschaltung von www.baseltourismus.ch auf die neue einprägsame Domain www.basel.com. Die neue Internetseite wurde inhaltlich und gestalterisch in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus einem umfassenden Relaunch unterzogen. Wichtiges Kriterium bei der Neukonzeption und -gestaltung war das Prinzip der Benutzerfreundlichkeit. Die Informationen auf dem Internet werden zudem in acht verschiedenen Sprachen angeboten (deutsch, englisch, französisch, italienisch, spanisch, russisch, chinesisch und japanisch). In den ausländischen Märkten ist www.basel.com auf Google jeweils auf der ersten Seite gelistet.

2.2.4.3 Tourist-Information

Die Frequenzen in der Tourist-Information im Stadt-Casino sind von 43'124 Besucherinnen und Besuchern im Jahr 2005 um rund 28% auf 55'145 im Jahr 2008 gestiegen. Sehr markante Zuwächse konnten im selben Zeitraum zudem bei den Besucherzahlen am Standort Bahnhof SBB erzielt werden (+ 41.8%). Insgesamt besuchten im Jahr 2008 somit 132'866 Gäste (+ 35.7% gegenüber 2005) die beiden Tourist-Informationen. Mit der gestiegenen Nachfrage wurden auch zusätzliche Aufgaben übernommen. Beispielsweise verkauft Basel Tourismus seit 2008 Theaterbilkete, Bahnkarten für die SBB oder kommissionierte Pro Innenstadt Gutscheine. Die Wahl der Standorte hat sich somit bewährt. Erfreulich ist diesbezüglich auch die mit der Casino-Gesellschaft und der Gastrag (Betreiberin der Casino-Restaurants) im vergangenen Jahr gefundene Einigung über den vorläufigen Verbleib der Tourist-Information im Stadt-Casino. Die Räumlichkeiten sollen nun einer neuen, besucherfreundlicheren Gestaltung und Optimierung unterzogen werden.

Auch im Rahmen des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus hat sich Basel Tourismus erneut bewährt. So konnte der Verein nach 2007 auch im Jahr 2008 das Qualitätsgütesiegel der Stufe III (ISO 9001:2000) in Empfang nehmen.

2.2.4.4 Wochenendpauschalen

Die Zusammenarbeit mit Event-Veranstaltern und Leistungsträgern wurde weiter ausgebaut. Basel Tourismus konnte verschiedene Grossanlässe für touristische Zwecke nutzen. Darüber hinaus wurden in den Kernmärkten verschiedene Marketingplattformen realisiert, mit dem Ziel, neue Gäste zu gewinnen. Nach den Schwerpunkttauftritten in Berlin und Düsseldorf hat Basel Tourismus in diesem Jahr bereits zum dritten Mal in Hamburg die „Lange

Nacht der Museen“ für intensive Tourismuswerbung genutzt. Die Zahl der verkauften Pauschalen konnte somit seit 2005 um rund 23% auf 3'949 im Jahr 2008 gesteigert werden.

2.2.4.5 Stadtführungen

Einen erfreulichen Aufwärtstrend vermochten auch die von Basel Tourismus offerierten Stadtführungen zu verzeichnen. Neben 3'265 durchgeführten Gruppenführungen (+ 20% gegenüber dem Jahr 2005), nahmen 4'348 Besucherinnen und Besucher an den offiziellen Stadtrundgängen teil, was einer Verdreifachung der Zahlen aus dem Jahr 2005 entspricht. Zudem erfreuten sich die szenischen Rundgänge, die Oldtimertramrundfahrten sowie die im vergangenen Jahr ins Programm von Basel Tourismus aufgenommenen Führungen mit dem „Segway“ (= Elektroroller) grosser Beliebtheit.

2.2.4.6 Regionale Zusammenarbeit

Dank zur Verfügung stehender Finanzmittel zur Förderung von grenzüberschreitender Zusammenarbeit (INTERREG-IIIa Programm), gelang es den Städten Freiburg i. Br., Colmar, Mulhouse, dem Kanton Basel-Landschaft, dem EuroAirport und Basel Tourismus, zwischen 2003 und 2007 eine gemeinsame Marketing- und Informationsoffensive zu lancieren. Die Gelder wurden u.a. für einen gemeinsamen Informationsschalter am EuroAirport, einen gemeinsamen Internetauftritt (www.tourismtrirhena.com) sowie für die Vorantreibung gemeinsamer Werbeanstrengungen verwandt. 2008 lief die Förderung des Projektes aus. Aufgrund des grossen Erfolges haben die Partner jedoch entschieden, die regionale Zusammenarbeit im Übergangsjahr 2009 weiterzuführen. Basel Tourismus hat hierbei die Federführung übernommen. Geplant ist, den Kreis der Teilnehmenden ab Mitte 2009 bis nach Strassburg, Karlsruhe und in den Jura auszuweiten.

Die Zusammenarbeit mit Baselland Tourismus wurde intensiviert. Seit der Einführung eines Tourismusförderungsgesetzes stehen Baselland Tourismus jährlich zusätzliche CHF 600'000 für die Promotion zur Verfügung. In einige Projekte investieren beide Tourismusorganisationen partnerschaftlich, unter anderem in eine gemeinsame Hotelreservations-Software.

2.3 Entwicklung des Basler Tourismus 2006 – 2009

2.3.1 Logiernächteentwicklung

Die Zahl der Logiernächte ist von 886'777 im Jahr 2006 auf 1'008'913 Übernachtungen im Jahr 2008 angestiegen (+14%). Somit gelang es zum ersten Mal seit Einführung der Tourismusstatistik, die Zahl der Übernachtungen im Kanton Basel-Stadt auf über eine Million zu steigern. Diese Zahl ist umso bemerkenswerter, als in der gleichen Zeitperiode die Logiernächte gesamtschweizerisch nur geringfügig anwuchsen.

Einflussfaktoren für die positive Entwicklung waren neben touristisch attraktiven Events wie der EURO 08, neue Flugverbindungen ab und zum EuroAirport, zusätzliche, marktgerechte Hotelbetten sowie eine positive Entwicklung im Bereich des Freizeittourismus.

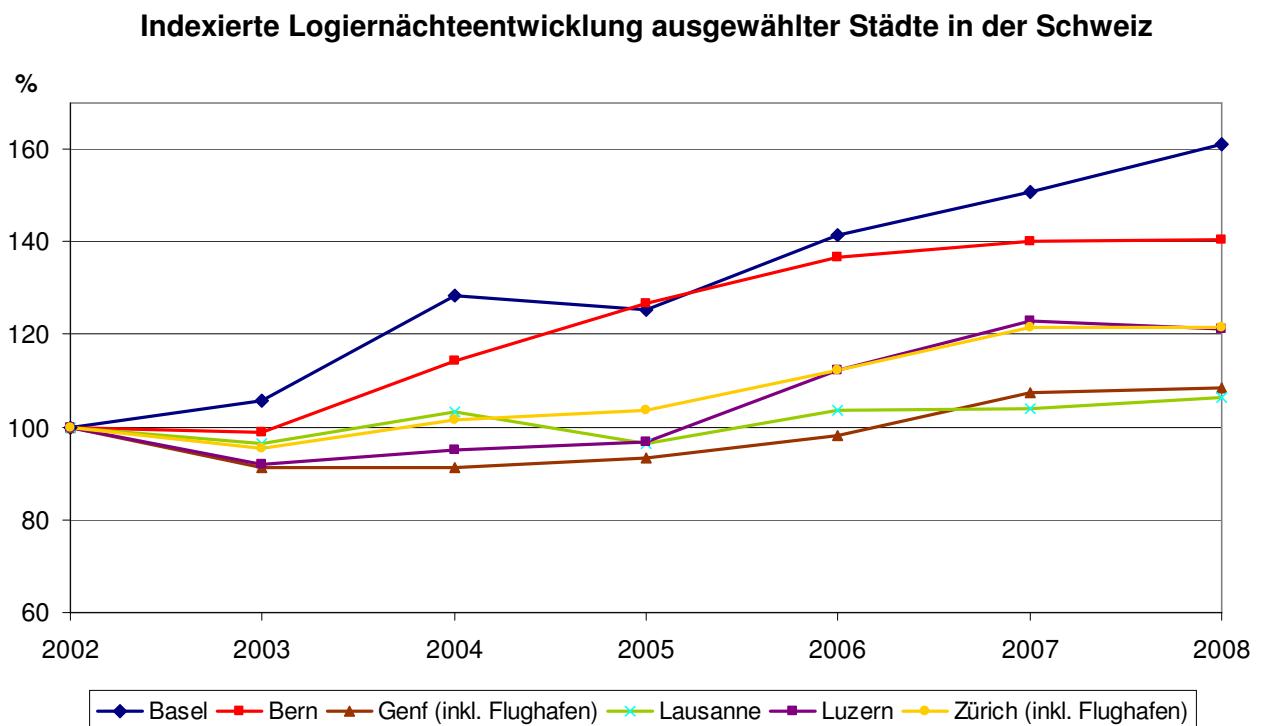


Abbildung 1: Indexierte Logiernächteentwicklung ausgewählter Städte in der Schweiz (2002 = 100%)

Quelle: Basel Tourismus, eigene Darstellung

2.3.2 Durchschnittliche Zimmerbelegung

Der anhaltende Aufschwung führte dazu, dass die Basler Hotellerie wiederum mit der Ausweitung der Kapazität reagierte. So standen den Gästen 2008 durchschnittlich 62 Hotelbetriebe mit 3'370 Zimmern (+172) und 5'341 Gastbetten (+329) zur Verfügung. Dennoch stieg die Netto-Zimmerbelegung dank höherer Übernachtungszahlen weiter an. Im Mittel des Jahres 2008 betrug die Zimmerbelegung 64,9% (CH: 52%). Die Zimmerbelegung präsentierte sich an Werktagen wegen des Geschäftstourismus mit 70.5% meist gut bis sehr gut. Im Wochen- und Jahresverlauf ist sie aber grossen Schwankungen unterworfen. Die Wochenendzahlen liegen trotz des attraktiven kulturellen Angebots noch etwas darunter. Im Jahresmittel waren an den Wochenenden 50.8% der Zimmer belegt. Die bessere Vermarktung von Basel im Ausland unter dem Claim "Basel Culture Unlimited" nicht nur als Business-, sondern auch als Architektur- und Kulturstadt brachte mehr Freizeittouristinnen und -touristen in die Stadt. Dies hatte eine Zunahme der Zimmerbelegung an den Wochenenden (2% mehr als im Vorjahr), im Gegensatz zur Entwicklung an den Werktagen (-0.4%), zur Folge.

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 davon ausgegangen werden, dass die durchschnittlichen Zimmerpreise trotz der Bettenzunahme und der

Wettbewerbsverschärfung 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 im Auftrag von Basel Tourismus löst der Incoming-Tourismus in Basel-Stadt jährlich Umsätze in der Höhe von rund CHF 880 Mio. und eine Wertschöpfung von CHF 600 Mio. 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 80% 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, namentlich die Realisierung des Projekts „Messezentrum Basel 2012“. Nur die verbleibenden rund 20% gehen auf das Konto des Freizeittourismus. Hier liegt jedoch noch ein gewisses Potenzial, welches Basel Tourismus in den letzten Jahren jedoch erfolgreich zu erschliessen begonnen hat.

3. Basel Tourismus 2010 – 2013

3.1 Antrag von Basel Tourismus

Anfang Dezember 2008 ersuchte Basel Tourismus mit einem Brief an den damaligen Vorsteher des WSD den Kanton fristgerecht um eine Weiterführung des Subventionsverhältnisses für den Zeitraum 2010 – 2013. Gleichzeitig stellte Basel Tourismus die Ausarbeitung verschiedener Leistungsvarianten in Aussicht.

Basel Tourismus hat seinen Antrag, das Subventionsverhältnis von 2010 bis 2013 fortzuführen, gegenüber dem Fachdepartement mit Brief vom 24. April 2009 nochmals bekräftigt. Dokumentiert wurde dieser Antrag mit zwei Varianten für einen Subventionsbeitrag:

Variante 1: Erhalt der Leistungen, Sicherung der Qualität

- Ausgleich der Teuerung zwischen 2006 und 2009

Variante 2: Ausbau der Leistungen, Sicherung der Qualität

Variante 2 basiert auf dem Subventionsbetrag aus Variante 1 und ergänzt diese modular um gezielte Investitionen in ausgewählten Bereichen.

Subventionsbeitrag pro Jahr (gerundet): CHF 2.39 Mio. p.a.

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

Basel Tourismus macht(e) dabei folgende Argumente für eine zu erhöhende Subvention geläufig:

- Das Ziel von Basel Tourismus besteht darin, auch in den kommenden Jahren das heutige Leistungs- und Qualitätsniveau zu halten;
- Es muss auf Grund konjunktureller Prognosen damit gerechnet werden, dass sowohl die Beiträge aus Gasttaxen wie auch private Beiträge nicht mehr weiter ansteigen oder gar rückläufig sein werden;
- Um die negativen Auswirkungen eines Konjunktureinbruches abfedern zu können, müssen die Marketingaktivitäten verstärkt werden;
- Die Tourismuswirtschaft ist für den Kanton Basel-Stadt von grosser wirtschaftlicher Bedeutung;
- Die Teuerung – insbesondere was die Marktaktivitäten im Ausland anbelangt – wurde zwischen 2006 und 2009 nicht ausgeglichen;
- Die Privatwirtschaft (Hotels / Restaurants / Gewerbe etc.) hat ihren Anteil an der Tourismusfinanzierung zwischen 2006 und 2009 jährlich erhöht. Ein „Mitziehen“ des Staates, um ein ausgewogenes Verhältnis wieder herzustellen, ist notwendig.

3.2 Ziele des Regierungsrates

3.2.1 Inhaltliche Ziele

Die Periode 2006 bis 2009 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.

Das Ziel für die kommenden Jahre muss sein, diesen Erfolg zu konsolidieren sowie in Teilbereichen, die noch nicht optimal ausgestaltet sind (z.B. Freizeittourismus), 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 Standort-Marketing im Bereich der Kommunikation funktioniert gut. Von Seiten des Kantons wird Basel Tourismus und anderen wichtigen Akteuren (Gewerbeverband Basel-Stadt, Hotelierverein und Wirteverband, Pro Innerstadt) eine regelmässig einberufene Plattform geboten, die der Koordination von Marketingaktivitäten dient. Diese Zusammenarbeit muss 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 den Kreditbeschluss auf der Basis der Ausführungen im vorliegenden Ratschlag. Der Regie-

rungsrat schliesst auf Antrag des Vorstehers des WSU einen Rahmen-Subventionsvertrag ab. Der Vorsteher des WSU schliesst mit Basel Tourismus wiederum eine Leistungsvereinbarung mit konkreten Leistungszielen auf der Basis von Produkten ab. Diese 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 steuern-de 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. Selbstver-ständlich sind die Ziele des Departements und des Vorstands inhaltlich aufeinander abge-stimmt. Der Einfluss des Kantons wird - abgesehen von der Aushandlung von Rahmenver-trag und Leistungsvereinbarung - durch eine Vertretung im Vorstand wahrgenommen.

3.4 Höhe der Subvention 2010 – 2013

Es ist für den Regierungsrat unbestritten, dass der Kanton Basel Tourismus auch in den kommenden vier Jahren mit der kantonalen Tourismusförderung betrauen will. Der Regie-rungsrat hat beschlossen, dem Grossen Rat einen jährlichen Unterstützungsbeitrag zur Be-willigung vorzulegen, der mit CHF 1.9 Mio. CHF 60'000 (+3%) über dem derzeitigen Subven-tionsbetrag liegt. Damit kann ein Teil der Teuerung der letzten Jahre ausgeglichen werden.

Da in den vergangenen Jahren mit der Anzahl der Logiernächte auch die Beiträge aus den Gasttaxen anstiegen und von Basel Tourismus in steigendem Ausmass private Beiträge er-wirtschaftet werden konnten, war es dem Verein ohne Teuerungsausgleich möglich, den Leistungsumfang in fast allen Bereichen zu erhöhen. Diese Entwicklung wurde durch die po-sitiven konjunkturellen Rahmenbedingungen begünstigt und lässt sich deshalb nicht a priori weiterführen. Das Ziel von Basel Tourismus besteht darin, auch in den kommenden Jahren das heutige Leistungs- und Qualitätsniveau zu halten. Allerdings muss aufgrund der kon-junkturellen Prognosen damit gerechnet werden, dass sowohl die Beiträge aus Gasttaxen wie auch kommerzielle Erträge und Mitgliederbeiträge nicht weiter steigen oder gar rückläu-fig sein werden. Diese Entwicklung könnte - auch bei einer nochmaligen leichten Steigerung der Effizienz - dazu führen, dass das derzeitige Niveau trotz einer Erhöhung des Subven-tionsbetrages um CHF 60'000 pro Jahr höchstens gehalten, aber nicht weiter ausgebaut wer-den 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.²

² 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.

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

3.4.1 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: wie viel 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.

3.4.2 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.

Staatliche Tourismusfinanzierung im Jahr 2008 (in CHF, gerundet)³:

Stadt	Beitrag Stadt	Beitrag Kan- ton(e), Region	Total öffent- liche Hand (ohne Gasttaxen)	Total Ein- nahmen (gemäss Erfolgs- rechnungen, Zah- len gerundet)	Staatlicher Anteil (Sub- vention) in%
St.Gallen- Bodensee ⁴	476'650 ⁵	330'000	806'650	2'625'000 ⁶	31% (in 2004: 40%)
Bern	815'000	380'000 ⁷	1'195'000	4'205'000	29% (in 2004: 33%)
Basel ⁸	1'840'000		1'840'000	10'565'000	17% (in 2004: 24%)
Basel (ab 2010)	1'900'000		1'900'000	10'565'000⁹	18%

Zürich	1'180'000	270'000	1'450'000	14'395'000	10% (in 2004: 17%)
Luzern	435'000	360'000 ¹⁰	795'000	7'840'000	10% (in 2004: 18%)
Genf ¹¹	k.A.	485'000 ¹²	485'000	13'315'000	4% (in 2004: 11%)

³Quelle (wo nicht anders vermerkt): Jahresberichte 2007 der einzelnen Organisationen; Budget 2008.

⁴ Werte der Erfolgsrechnung 2007.

⁵ Städte St. Gallen und Rorschach sowie weitere politische Gemeinden.

⁶ Inkl. SGBT Plus sowie Ertrag aus Beteiligungen Grand Casino SG.

⁷ Inkl. Regionsgemeinden/Bürgergemeinde.

⁸ Jahresbericht 2008.

⁹ Annahme: Gesamteinnahmen bleiben konstant.

¹⁰ Inkl. Beitrag Kantone UR, SZ, OW, NW.

Die aufgeführten Zahlen zeigen, dass sich der Kanton Basel-Stadt im Vergleich mit anderen Schweizer Städten angemessen in der Tourismusförderung engagiert.

Auffallend ist, dass die prozentualen staatlichen Anteile an der Tourismusfinanzierung allgemein (mit Ausnahme von St. Gallen-Bodensee und 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.¹³ Sollte Basel Tourismus also zusätzliche Einnahmen erzielen wollen, stehen alternative Wege offen, auch wenn dieses Potenzial in den letzten Jahren bereits stark ausgeschöpft wurde.

3.4.3 Erträge aus der Gasttaxe

Pro Übernachtung fallen in den Hotels in Basel-Stadt 2.40 Franken an staatlichen Gasttaxen an¹⁴, wovon 95.8% an Basel Tourismus 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, also Aufgaben, die nicht für die lokale Bevölkerung alleine getätigten würden und somit sowohl den Bewohnerinnen und Bewohnern des Kantons Basel-Stadt als auch deren Besucherinnen und Besuchern zugute kommen.¹⁵

3.4.4 Beteiligung des Kantons am Impulsprogramm Tourismus des Bundes

Neben den jährlichen Subventionszahlungen an Basel Tourismus beteiligt sich der Kanton im Jahr 2009 am Impulsprogramm Tourismus des Bundes. Aufgrund der grossen Bedeutung der Tourismuswirtschaft für den Standort Schweiz, beinhaltet die Stufe II des konjunkturellen Stabilisierungsprogramms des Bundes ein Impulsprogramm für den Schweizer Tourismus. Das Programm richtet sich auf die Stimulation der Nachfrage und soll der Tourismusbranche ein starkes, vertrauensbildendes Signal geben. Das Stabilisierungsprogramm beinhaltet für den Schweizer Tourismus eine Summe in Höhe von CHF 12 Mio., zu der die Branche zusätzlich CHF 3 Mio. beiträgt. Aufgrund dessen hat der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt beschlossen, sich am Impulsprogramm Tourismus zu beteiligen und Basel Tourismus einen einmaligen Betrag in Höhe von maximal CHF 75'000 zuzusprechen.

3.4.5 Finanzielle Möglichkeiten des Kantons

Aufgrund der im Zuge der Wirtschaftskrise zu erwartenden Steuerausfälle sowie steigenden Sozialkosten ist das Budget des Kantons für das Jahr 2010 gegenüber dem Budget 2009 Jahr nicht erhöht worden. Eine Erhöhung des Subventionsbetrages in Höhe von wiederkeh-

¹¹ Werte der Erfolgsrechnung 2007, inkl. umfangreicher Tourismussteuer sowie Unterstützung des Kantons für die Bewerbung Genfs um die Austragung der Olympischen Spiele 2018.

¹² Beitrag des Kantons.

¹³ Entsprechende Angaben können den Jahresberichten der einzelnen Organisationen entnommen werden.

¹⁴ Plus 80 Rappen für das „Mobility Ticket“; diese gehen an den Tarifverbund Nordwestschweiz, TNW

¹⁵ 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 von Basel Tourismus mitzufinanzieren.

rend CHF 60'000 ist somit nicht selbstverständlich. Auch im Vergleich mit weiteren affilierten Organisationen des Kantons wie der BaselArea, die nicht wie Basel Tourismus über die Möglichkeit verfügt, private Einnahmen zu generieren und zudem die gesamte Branchenvielfalt der Region abdeckt, steht der Subventionsbetrag an Basel Tourismus in einem guten Verhältnis.

3.4.6 Fazit

Basel Tourismus hat in der laufenden Subventionsperiode gute Arbeit geleistet und nahezu alle Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton 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 Erhöhung des Subventionsbeitrages um CHF 60'000 erscheint uns daher angemessen.

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

4. Leistungen von Basel Tourismus 2010 – 2013 und Verwendung der kantonalen Mittel

4.1 Leistungen

Wie in den letzten zwei Subventionsperioden werden die Leistungen von Basel Tourismus insgesamt in 6 Produktgruppen (A – F) und total 23 Produkten (A1 bis F1) erfasst.

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)

B	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

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

D	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: E 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)

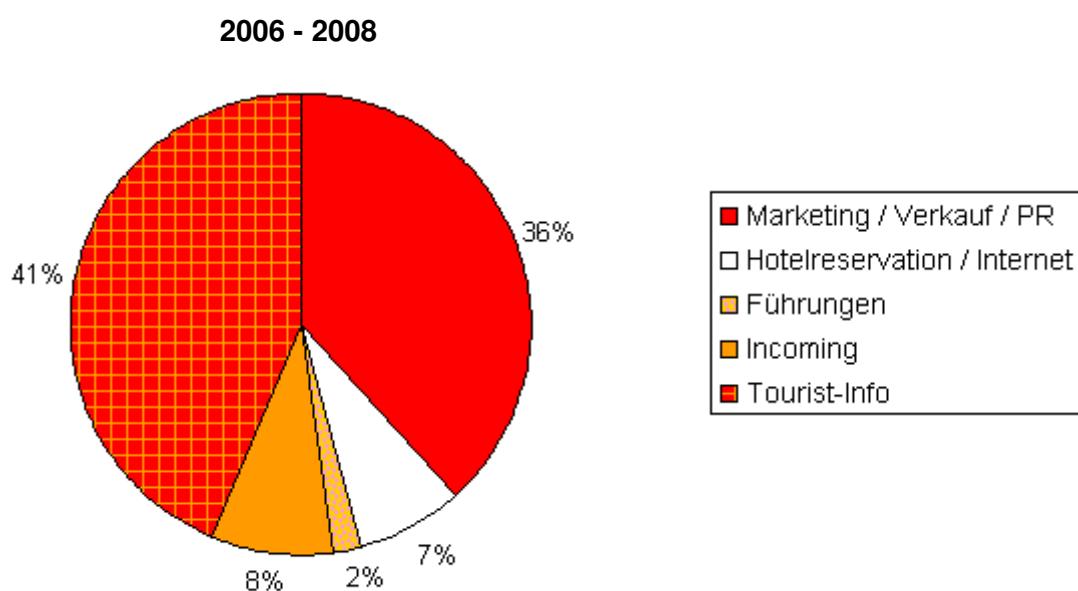
*/** Finanzierung erfolgt vollständig ausserhalb der Subvention.

	Produktmanagement Mitgliederwesen:
F	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 Beiträge

Im Zeitraum von 2006 bis 2008 wurden die öffentlichen Beiträge (Subvention und Gasttaxen) in folgenden Produktgruppen eingesetzt (Angaben Basel Tourismus):



Auch für die Subventionsperiode 2010 – 2013 wird von Basel Tourismus eine vergleichbare Verwendung beabsichtigt. Eine detailliertere Steuerung durch den Kanton ist nicht sinnvoll, umso weniger, als diese eine Vertretung in den Vorstand von Basel Tourismus delegiert und eine separate Leistungsvereinbarung mit der Organisation besteht.

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 manifestiert sich auch im Politikplan 2009-2012. Dort heisst 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.

Der Kanton hat weiterhin ein grosses Interesse daran, dass die Tourismusförderung professionell von Basel Tourismus wahrgenommen wird. Aufgrund der obigen Ausführungen sind wir 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 2008 (vgl. Beilage) betrug der Anteil der privat erwirtschafteten Mittel rund 63%, die öffentlichen Mittel (Subvention plus Gasttaxenerträge) trugen demgemäß 37% zu den Gesamteinnahmen bei (Subvention alleine: 17%; in 2004: 24%). Für die Jahre 2010 bis 2013 gehen wir von einem ungefähr gleich hohen öffentlichen Anteil aus¹⁶. Je erfolgreicher Basel Tourismus aufgrund privater und öffentlicher Mittel arbeitet (genauer: je höher die Zahl der Logiernächte), desto mehr Erträge aus der staatlichen Gasttaxe fließen an die Organisation. Damit erhöht sich automatisch der Anteil der öffentlichen Finanzierung – trotz reduzierter Subvention.

Fazit: Basel Tourismus erbringt substanzielle Eigenleistungen. Die Abhängigkeit von der öffentlichen Subvention verringert sich weiter und ist auf einem vernünftigen Niveau. Die Eigenleistungen von Basel Tourismus sind angemessen werden, 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.

¹⁶ Genaue Angaben sind nicht möglich, da sowohl die Gasttaxenerträge wie die privat erwirtschafteten Mittel nicht exakt vorhersehbar sind.

Fazit: Wir kommen zum Schluss, dass der Nachweis erbracht ist, dass die Aufgabe ohne staatliche Subvention nicht oder nicht hinreichend erfüllt werden kann.

6. Antrag

Das Finanzdepartement hat den vorliegenden Ratschlag gemäss §55 des Gesetzes über den kantonalen Finanzhaushalt (Finanzhaushaltgesetz) vom 16. April 1997 geprüft.

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

Beilagen

- Entwurf Grossratsbeschluss
- Basel Tourismus: Budget 2009 und Betriebsrechnungsübersicht 2006 - 2008 sowie Bilanzübersicht 2006 - 2008
- Statuten Basel Tourismus

Grossratsbeschluss

betreffend

Erneuerung des Betriebskostenbeitrages an Basel Tourismus für die Jahre 2010-2013

[Hier Untertitel eingeben]

(vom **[Hier Datum eingeben]**)

Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt, nach Einsicht in den oben stehenden Ratschlag und in den Bericht Nr. **[Hier Nummer des GRK-Berichts eingeben]** der **[Hier GR-Kommission eingeben]**-Kommission, beschliesst:

://: Der Regierungsrat wird ermächtigt, Basel Tourismus für die Jahre 2010 bis 2013 einen nicht indexierten Betriebskostenbeitrag in der Höhe von CHF 1'900'000 p.a. für die Erfüllung der vertraglich vereinbarten Leistungen auszurichten.

Kostenstelle: 8068320
Kostenart: 365100
Auftragsnummer: 806832091001

Dieser Beschluss ist zu publizieren; er unterliegt dem Referendum.

Budget 2009 und Betriebsrechnungsübersicht 2006 - 2008

	Budget		Betriebsrechnung					
	2009		2008		2007		2006	
	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF	Aufwand CHF	Ertrag CHF
Führungen und Ausflüge	149'134	891'345	629'884	813'890	576'610	758'922	475'065	607'080
Incoming Services	881'089	1'140'435	1'008'815	1'256'432	763'107	1'055'336	972'598	1'220'509
Hotelreservationen / Internet	592'030	920'999	1'205'185	1'609'671	288'326	429'160	194'233	362'816
Waren / Souvenirs	595'500	780'635	609'167	778'043	486'245	631'430	345'830	475'946
Marketing / PR	1'474'932	466'147	1'824'292	676'474	1'820'262	728'256	1'917'512	517'897
Zwischentotal I	3'692'685	4'199'561	5'277'343	5'134'510	3'934'550	3'603'104	3'905'238	3'184'248
Personalaufwand	4'090'000	0 ¹⁾	4'248'719	544'599 ¹⁾	3'875'767	486'658 ¹⁾	3'208'037	439'113 ¹⁾
Betrieb / Miete ²⁾	846'670	85'000	699'701	316'848	766'967	184'227	687'181	76'907
Abschreibungen	50'000		40'000		22'362		94'760	
Zwischentotal II	8'679'355	4'284'561	10'265'763	5'995'957	8'599'646	4'273'989	7'895'216	3'700'268
Subventionen		1'840'000		1'840'000		1'840'000		1'840'000
Gasttaxen		2'110'000		2'123'002		2'009'249		1'886'193
Vereinsbelange	247'500	155'000	284'063	185'474	276'091	181'901	272'982	173'253
Mitgliederbeiträge		420'000		420'341		407'783		408'128
Zwischentotal III	8'926'855	8'809'561	10'549'826	10'564'774	8'875'737	8'712'922	8'168'198	8'007'842
Betriebserfolg	-117'294		14'948		-162'815		-160'356	
ausserordentlicher Aufwand			220'000					
Fonds Entnahme ²⁾		120'000		280'000		165'000		161'500
Fonds Äufnung			71'953					
Jahreserfolg	2'706		2'995		2'185		1'144	
Total	8'929'561	8'929'561	10'844'774	10'844'774	8'877'922	8'877'922	8'169'342	8'169'342

¹⁾ unter "Führungen und Ausflüge" ausgewiesen

²⁾ Umbau Touristinfo Casino enthaltend CHF 120'

Bilanzübersicht 2006 - 2008

	31.12.2008 CHF	31.12.2007 CHF	31.12.2006 CHF
Aktiven			
Umlaufvermögen			
Kasse und Postcheck	88'097	323'504	144'206
Bankguthaben	1'155'933	647'313	1'471'961
Wertschriften	1	1	1
Debitoren	381'389	498'288	392'246
./. Delkredere-Rückstellung	-25'000	-73'000	-25'000
Übrige Forderungen	6'611	4'352	2'443
Waren	98'000	103'300	102'000
Bestand Basisbroschüre	41'100	81'078	1
Aktive Rechnungsabgrenzung	184'134	265'191	212'283
	1'930'266	1'850'027	2'300'141
Anlagevermögen			
Sachanlagen			
Maschinen / Apparate	1	1	1
Mobilien	26'885	40'750	39'200
Umzug	1	1	1
EDV-Anlagen	1	13'018	1
IRS / Internet	1	1	1
	26'889	53'771	39'204
Total Aktiven	1'957'155	1'903'798	2'339'345
Passiven			
Fremdkapital			
Kreditoren	880'205	602'906	797'422
Übrige Verbindlichkeiten	213'409	168'287	164'085
Passive Rechnungsabgrenzung	171'750	236'167	295'316
Rückstellungen	104'454	104'049	133'310
	1'369'818	1'111'409	1'390'133
Eigenkapital			
Zweckgebundene Fonds¹			
Fond für Marketing-Aktionen	123'139	120'000	278'194
Fond für bauliche Massnahmen	100'000	219'186	220'000
Fond für allg. Geschäftsrisiken	248'000	340'000	340'000
	471'139	679'186	838'194
Vermögen / Passivenüberschuss			
Stand 01.01.	113'203	111'018	109'874
Jahreserfolg	2'995	2'185	1'144
Stand 31.12.	116'198	113'203	111'018
Total Passiven	1'957'155	1'903'798	2'339'345

¹ Darstellung angepasst

Quelle: Basel Tourismus Revision 31.3.09

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.

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

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 Beitragsreglement 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.

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 Stimmenübereinstimmung 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 Stichentscheid. Beschlüsse auf dem Korrespondenzweg sind zulässig, sofern nicht ein Mitglied mündliche Beratung verlangt.

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. Füglstaller

Der Vorsitzende
Der Geschäftsleitung

Hans-Peter Ryhiner