

Standortförderung Baselland  
Herren Thomas Küber und Thomas Stocker  
Amtshausgasse 7  
4410 Liestal

**Baselland Tourismus**

Tel.: +41(0)61 927 65 44  
Fax: +41(0)61 927 66 44  
Email: [info@baselland-tourismus.ch](mailto:info@baselland-tourismus.ch)

Liestal, 30. April 2020

**Offerte Baselland Tourismus Tourismusförderung 2021 – 2024**

Sehr geehrter Herr Kübler, sehr geehrter Herr Stocker

Basierend auf Ihr Schreiben vom 19. November 2019 bzw. 31.3.2020 kommen wir gerne der Einladung nach, die gesetzliche Tourismusförderung als Leistungserbringer für den Kanton Basel-Landschaft zu offerieren.

Wie von Ihnen gewünscht, haben wir folgende Informationen erarbeitet:

- Strategie 2021-2024 mit einer Vision, Zielen und Massnahmen,
- erste Schwerpunktsetzung,
- Strukturen und Kompetenzen Baselland Tourismus (Vorstand und Geschäftsstelle)
- grobe Finanzplanung für die Jahre 2021 – 2024,
- Budget für das erste Jahr 2021,
- Finanzierungsantrag für die Jahre 2021 – 2024.

Wir danken Ihnen für die Sichtung unserer Offerte und Ihre zeitnahe Stellungnahme. Der Vorstand von Baselland Tourismus freut sich sehr – auch mit der Bestätigung von sehr guten Leistungen durch die Evaluationsstudie der Universität St. Gallen vom November 2019 – dem Kanton weiterhin die Dienste als touristische Dachorganisation anbieten zu dürfen.

Freundliche Grüsse

Two handwritten signatures in blue ink. The first signature is for Christine Mangold and the second is for Tobias Eggimann.

Christine Mangold  
Präsidentin

Tobias Eggimann  
Geschäftsführer

Anhang:

- Offerte Baselland Tourismus Tourismusförderung 2021 – 2024 vom 9.3.2020
- Strategie 2021 – 2024

# Inhalt

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Vision, Strategie und Aufgaben 2021-2024.....   | 3  |
| 1.1   | Vision .....  | 3  |
| 1.2   | Strategie .....   | 4  |
| 1.3   | Massnahmen .....  | 4  |
| 1.4   | Besondere Ziele und Projekte für die Periode 2021 - 2024 .....  | 5  |
| 1.4.1 | Kommunikationskonzept als Grundlage zur Konsolidierung von Informationsinhalten und deren Verteilung (2020/2021)..... | 5  |
| 1.4.2 | Schwerpunktlegung auf das Geschäftsfeld «Austauschen und Lernen» .....  | 5  |
| 1.4.3 | Konsolidierung der Online-Präsenz .....   | 5  |
| 1.4.4 | Suchmaschinenoptimierung touristischer Leistungsträger (Projekt «Yext»).....  | 5  |
| 1.4.5 | Covid-19.....   | 6  |
| 1.5   | Zusammenarbeit mit anderen Organisationen (des Kantons und im Tourismus).....   | 7  |
| 2     | Strukturen.....   | 9  |
| 2.1   | Vorstand .....  | 9  |
| 2.1.1 | Aufgaben des Vorstands und der Geschäftsleitung .....   | 10 |
| 2.2   | Geschäftsstelle .....   | 11 |
| 2.2.1 | Aufgaben Geschäftsstelle .....  | 11 |
| 2.2.2 | Erfahrung Team Baselland Tourismus.....   | 12 |
| 2.3   | Funktionendiagramm Baselland Tourismus.....   | 14 |
| 2.4   | Organigramm.....  | 15 |
| 3     | Finanzplanung Baselland Tourismus 2021 – 2024 .....   | 16 |
| 3.1   | Budget 2021 .....   | 17 |
| 3.1.1 | Geschäftsführungskosten.....  | 19 |
| 3.1.2 | Unterstützung der VBS AG (Wirtschaftskammer BL) .....   | 19 |
| 4     | Finanzierungsantrag für die Jahre 2021-2024.....  | 20 |
| 5     | Schlussbemerkungen.....   | 20 |

# 1 Vision, Strategie und Aufgaben 2021-2024

## 1.1 Vision

**Baselland Tourismus fördert den Kontakt zwischen touristischen Leistungsträgern und auswärtigen sowie einheimischen Gästen.**

Touristische Leistungsträger werden in ihrem Marktzugang unterstützt und Gäste, welche an touristischen Attraktionen und touristischen Leistungen im Kanton interessiert sind, erhalten einen kundenfreundlichen Zugang. Baselland Tourismus gewährleistet hierfür touristische Basisdokumentationen und Informationsinhalte für unterschiedliche Kanäle (Tourismomagazin, Broschüren, Onlinemedien, soziale Medien, Drittmedien). Die Inhalte sprechen bestehende und neue Gäste durch Informationen und Emotionen im Sinne eines Storytellings an. Über den Kanton verteilte Informationsstellen werden als stationäre Anlaufpunkte für auswärtige und einheimische Gäste, Leistungsträger und die Öffentlichkeit betrieben. Einheimischen kommt neben der Rolle als Gäste spezifisch auch die Rolle als Multiplikatoren und Beeinflusser zu. Letztlich wird die Bewirtschaftung der digitalen Präsenz intensiviert. Das Branding BASELAND dient zur Unterstützung der Wiedererkennung und positiven Assoziation.

**Baselland Tourismus trägt zur Steigerung der touristischen Bekanntheit und Förderung der Attraktivität des Kantons bei.**

Der Fokus in der Kommunikation- und Angebotsarbeit liegt auf vier strategischen Geschäftsfeldern:

- (1) Aktiv erholen** (Naherholung in der Natur, insbesondere Wandern, Velofahren, Biken),
- (2) Entdecken und erleben** (Ausflüge zu Sehenswürdigkeiten und Attraktionen sowie Veranstaltungen),
- (3) Geniessen** (kulinarischer Genuss in der Gastronomie und bei Produzenten),
- (4) Austauschen und lernen** (Seminar-tourismus und Gruppenerlebnisse).

Die prioritäre Bewirtschaftung der Geschäftsfelder erfolgt durch Produkte, aus welchen sich Gäste unter dem Holprinzip via Kontaktpunkte bedienen können. Darüber hinaus will Baselland Tourismus zusammen mit ausgewählten Leistungspartnern konkrete Schaufensterangebote fördern, die neue Gäste (B2C) ansprechen sollen bzw. das Gruppengeschäft (B2B2C) ankurbeln. Die Rolle von Baselland Tourismus ist moderierend, koordinierend und subsidiär.

**Baselland Tourismus ist die kantonale touristische Dachorganisation und erbringt Dienstleistungen.**

Baselland Tourismus erbringt aufgrund der eigenen zentralen Rolle für den Tourismus im Kanton eine Reihe von gemeinwirtschaftlichen Dienstleistungen. Die Organisation wird der Rolle als Ansprechpartner, Prozesskoordinator und Netzwerk-Knoten für Leistungsträger, Behörden und Institutionen für touristische Belange im Kanton gerecht. Dabei werden touristische Potenziale gefördert und Synergien ausgeschöpft. Das Rollenverständnis besteht primär in einer (hintergründigen) Moderation und Sicherung von Prozessen mit dem Ziel, eine Vielzahl touristischer Leistungsträger zur Schaffung von Wertschöpfung zu befähigen und unterstützen.

Im Weiteren stellt Baselland Tourismus im Auftrag des Kantons die Gasttaxen-Administration sicher und übernimmt die damit in Verbindung stehenden Aufgaben (Ausstellung Mobility-Ticket und Gästepass, Inkasso). Hinsichtlich der Initiierung von aus dem Gasttaxenfonds zu finanzierenden Projekten übernimmt Baselland Tourismus eine Führungsrolle und trägt damit dazu bei, dass Projekte innovativ, nachhaltig und mit strategischen Zielsetzungen übereinstimmen.

## 1.2 Strategie

Es wird auf die ausführliche «**Strategie 2021 – 2024**» im Anhang verwiesen.

## 1.3 Massnahmen

Die Aufgaben von Baselland Tourismus können in vier Disziplinen gegliedert werden:

1. **Information**
2. **Kommunikation**
3. **Angebotsentwicklung**
4. **Vernetzung**

Konkret werden folgende (Basis-)Arbeiten wahrgenommen:

- Funktion als Drehscheibe und Ansprechpartner für sämtliche touristischen Belange im Kanton
- Sicherstellen professioneller Gästeberatung und -betreuung mittels Informationsstellen
- Vermittlung von Gästeanfragen an Leistungsträger
- Realisation und Vertrieb von touristischen Drucksachen (periodisches Gästemagazin, Themenkarten, Image-/und Tourismusverzeichnis)
- Betrieb von informativen Internetseiten und Apps (Stand März 2020):

Eigene Webseiten:

Baselland-tourismus.ch, top10-bl.ch, baselland-tourismus.ccvshop.ch, baselbieter-genusswochen.ch, bikebaselland.ch, rockvalley.ch, schloss-wildenstein-bubendorf.ch, roemerfest.ch (in Zusammenarbeit mit Augusta Raurica), tourX.ch (Lizenz Firma Arcade, Gasttaxenbewirtschaftung: Erstellung vom Gästepässen und Gasttaxen-Deklaration)

Content auf Partner-Seiten:

sportmap-bl.ch (Sportamt / automatisch Datenschnittstelle), kulturkarte-bl.ch (Kulturelles BL / automatische Datenschnittstelle), baselland-shop.ch (Bauernverband beider Basel)

Content auf Webseiten von Partner-Projekten/-Seiten:

upperrhinevalley.com, region-wasserfallen.ch, viasurprise.ch, regiotrirhena.org, myswitzerland.com

Apps:

Baselland Quiz, Top10-BL

- Permanente Kommunikationsmassnahmen auf Social Media (<https://www.facebook.com/BasellandTourismus/>, Instagram)
- Aktive Medienarbeit <https://www.baselland-tourismus.ch/service/medien/berichte-ueber-uns>
- Entwicklung und Vertrieb touristischer Produkte, buchbarer Angebote sowie Qualitätsentwicklung Unter anderem Initiierung, Sparring und ggf. Abwicklung von Gasttaxenprojekten: Vgl. Projektliste: <https://www.baselland-tourismus.ch/service/gasttaxe-baselland/gasttaxenprojekte>
- Support von Veranstaltern, touristischen Leistungsträgern und Verkehrsvereinen bei Angebots- und Eventgestaltung
- Präsenz an Fach- und Publikumsmessen sowie an kantonalen Auftritten
- Durchführung von Konferenzen und Schulungsangeboten
- Abwicklung der Gasttaxen Baselland

Zur Veranschaulichung der Fülle an Aktivitäten, die Baselland Tourismus wahrnimmt, wird auf die Online-Jahresberichte verwiesen: [baselland-tourismus.ch/jahresberichte](https://www.baselland-tourismus.ch/jahresberichte)

## 1.4 Besondere Ziele und Projekte für die Periode 2021 - 2024

Neben den **täglichen Basisarbeiten** und dem **Fokus auf die Geschäftsfelder** (1) «Aktiv erholen», (2) «Entdecken und erleben», (3) «Geniessen» und (4) «Austauschen und lernen» sind **zum heutigen Zeitpunkt** folgende Projekte bekannt, die in der o.g. Leistungsperiode realisiert werden sollen.

### 1.4.1 Kommunikationskonzept als Grundlage zur Konsolidierung von Informationsinhalten und deren Verteilung (2020/2021)

Mit dem Ziel, Inhalte und Kanäle nach Jahren der erfolgreichen Expansion zu konsolidieren, erstellt BL-T zum Thema «Gewinnung und Bewirtschaftung von Informationsinhalten sowie deren Verteilung über die verschiedenen Kanäle» konsolidierende Leitlinien. Diese Leitlinien sind eng abgestimmt mit den Arbeiten und Aktivitäten rund um die Geschäftsfelder.

### 1.4.2 Schwerpunktlegung auf das Geschäftsfeld «Austauschen und Lernen»

Ein besonderes Schwergewicht wird, angesichts der bereits weit entwickelten Geschäftsfelder (1)-(3), auf Geschäftsfeld (4) «Austauschen und lernen» gelegt. Zum einen liegt aufgrund der guten Angebotsstruktur im Baselland viel Potenzial im Bereich des Seminartourismus, zum anderen ist das Gruppengeschäft derzeit noch wenig entwickelt.

### 1.4.3 Konsolidierung der Online-Präsenz

Die von Baselland Tourismus betriebene Webseite soll zu Beginn der neuen Leistungsperiode durch eine neue Plattform abgelöst werden. Das Ziel ist eine Konsolidierung der verschiedenen von Baselland Tourismus betriebenen Webseiten im Sinne einer Verbesserung der Suchmaschinen-Relevanz. Die Architektur sieht baselland-tourismus.ch als Masterdomain vor, die weiteren Webseiten sollen im gleichen Schema als Unterseiten (mit eigenen URL) betrieben werden.

### 1.4.4 Suchmaschinenoptimierung touristischer Leistungsträger (Projekt «Yext»)

Baselland Tourismus beansprucht in Sachen «Bewirtschaftung digitaler Kontaktpunkte» und den damit verbundenen Prozessen (Suchmaschinenoptimierung) eine Führungsrolle. Hierzu wird ein (mit Gasttaxenmitteln realisiertes) Sonderprojekt lanciert: «Yext».

Im Zeitalter der Digitalisierung ist «Yext» ein zentrales Instrument, mit dem sich Betriebe Präsenz verschaffen können und auf allen relevanten Kanälen topaktuelle und selbstgesteuerte Daten publizieren können. Yext ist ein marktführendes Technologieunternehmen, das im Bereich der Online-Markenführung tätig ist. Es bietet Online-Updates über sein Cloud-basiertes Netzwerk aus Apps, Suchmaschinen und anderen Einrichtungen an. Mit Yext können Unternehmen ihre Informationen im Internet aktuell halten und sie für die (Standort-)suche optimieren. Gerade für Dienstleistungsunternehmen reicht das regelmässige Updates der eigenen Website längst nicht mehr: Wer online Öffnungszeiten suchte, landete noch vor wenigen Jahren in den meisten Fällen auf der Firmenwebsite. Also sorgten Unternehmen dafür, dass die Daten immer auf dem neuesten Stand gehalten wurden. Heute gibt es zahlreiche andere Plattformen und Suchmaschinen, die solch grundlegende Informationen direkt bereitstellen, allen voran die grossen Player wie Google, Amazon, Alexa oder Siri. Die Anwendung von Yext ermöglicht, dass die gezeigten Daten auf allen relevanten Plattformen stets aktuell sind und zentral gesteuert werden können. Dazu gehört auch die zentrale Kontrolle und Pflege von Kundenbewertungen (TripAdvisor, Google MyBusiness usw.), die heute für Kundenentscheidungen eine tragende Rolle spielen.

Das Gasttaxenprojekt strebt eine möglichst hohe Abdeckung von rund 65 teilnehmenden Betrieben an. Die Betriebe sollen eine gewisse Mindestgrösse aufweisen und damit über eine touristische Relevanz verfügen (d.h. Übernachtungsbetriebe: > 10 Betten ohne Gruppenangebote; Restaurants: > 50 Sitzplätze; Erlebnisbetriebe: laufend geöffnetes B2C-Angebot; Museen: laufend geöffnet).

Das Projekt erhält mit der breiten Abdeckung Systemcharakter und wird in der Tourismusbranche eine Pionierleistung darstellen. Viele Betriebe erhalten über das Projekt eine technische Opportunität, die sie als Einzelbetrieb eher kaum wahrnehmen würden.

#### 1.4.5 Covid-19

Die Corona-Pandemie hat gravierende Auswirkungen für den Tourismus. Baselland Tourismus rechnet mit einer Halbierung der gasttaxenpflichtigen Logiernächte im Jahr 2020. Für die Folgejahre ist eine Prognose noch nicht möglich; grundsätzlich ist mit einem Rückgang des Gesamtvolumens zu rechnen:

- Angebotsseitig infolge Verkleinerung des Marktangebots;
- Nachfrageseitig infolge Abnahme von Geschäftsreisen (Rückgang Messewesen, Rückgang Seminare infolge alternativer (elektronischer) Austauschkanäle).

Die Aufgaben der Tourismusorganisation sind:

##### *Kurzfristig (Frühling 2020):*

Information über Unterstützungsangebote (Finanzierung, Expertenwissen, Schutzkonzepte etc.)

Lancierung von Unterstützungsaktionen (z.B. «E Stange Geld für mini Beiz»)

##### *Mittelfristig (Sommer 2020):*

Stimulierung des Tourismus durch gezielte Marketingaktionen (z.B. «Ferien zuhause: Baselland entdecken» (Arbeitstitel einer Online-Werbekampagne mit konkreten Angeboten für den Sommer 2020)

Zusammenarbeit mit Verlagen zum Thema «Sommerferien zuhause» (Ideen, Texte, Bilder).

##### *Langfristig (ab Herbst 2020):*

Auseinandersetzung mit den Risiken und Chancen rund um die Pandemie mit ihren Langzeitauswirkungen. Der Vorstand wird sich im ab Herbst 2020 ausführlich mit diesem Thema befassen und Konzepte/Massnahmen erstellen.

## 1.5 Zusammenarbeit mit anderen Organisationen (des Kantons und im Tourismus)

Mit folgenden Organisationen bestehen konkrete institutionalisierte Zusammenarbeiten.

| Organisation                            | Projekte / Gremium /<br>Beschreibung   | Herausforderungen               |
|---|--|---------------------------------|
| <b>BKSD</b>                             |  |                                 |
| Kulturelles BL                          | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Betrieb der «Schwesterplattform»<br/><a href="http://www.kulturkarte-bl.ch">www.kulturkarte-bl.ch</a></li> <li>- Herausgabe der «Kulturkarte BL»</li> </ul>         | -                               |
| Theaterboard Augusta Raurica            | Einsatz als Kommissionsmitglied  | -                               |
| Augusta Raurica                         | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewerbung von Augusta Raurica über alle Kanäle</li> <li>- Partner des <a href="http://www.roemerfest.ch">www.roemerfest.ch</a> (Kommunikation, Catering)</li> </ul> | Ausfall Römerfest 2020          |
| Archäologie BL                          |  |                                 |
| Museum.BL                               | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewerbung des Museums und der Ausstellungen über alle Kanäle</li> </ul>   | -                               |
| Kantonsbibliothek                       | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewerbung des Kantonsbibliothek und der Veranstaltungen über alle Kanäle</li> </ul>   | -                               |
| Sportamt BL                             | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Betrieb der «Schwesterplattform»<br/><a href="http://www.sportmap-bl.ch">www.sportmap-bl.ch</a></li> <li>- Herausgabe der «Sportmap BL»</li> </ul>                  | -                               |
| <b>BUD</b>                              |  |                                 |
| Tiefbauamt BL                           | Laufender Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abteilung Signalisation</li> <li>- Fachstelle Velo</li> </ul>   | -                               |
| Hochbauamt BL<br>BUD-Generalsekretariat | Kontakt betreffend Schloss Wildenstein (BL Tourismus koordiniert die Sonntagsführungen und betreibt die Seite <a href="http://www.schloss-wildenstein-bubendorf.ch">www.schloss-wildenstein-bubendorf.ch</a> )                   | -                               |
| <b>SiD</b>                              |  |                                 |
| Swisslos-Fonds BL                       | Laufender Austausch (z.T. Mitberichte) bei Swisslos-Fonds-Anträgen   | -                               |
| Patentbüro BL                           | Laufender Austausch  | -                               |
| <b>VGD</b>                              |  |                                 |
| Standortförderung                       | Zuständige Behörde für den Leistungsauftrag Tourismusförderung   | Leistungsvereinbarung 2021-2024 |
| VGD Generalsekretariat                  | Laufender Austausch betreffend Medienmitteilungen (z.B. Feuerverbot etc.)  | -                               |
| KIGA                                    | Zuständige Behörde für den Leistungsauftrag Tourismusförderung   | -                               |
| Ebenrain                                | Laufender Austausch über verschiedene Themen (BL Genusswochen; Genuss aus Stadt und Land)  |                                 |
| Amt für Wald beider Basel               | Laufender Austausch über verschiedene Themen (Bewilligungen öffentlicher Veranstaltungen, Sportparcours, MTB etc.)   | -                               |
| Runder Tisch Natur und Sport            | Einsatz im Gremium   | -                               |

| <b>Tourismusorganisationen</b>     |   |  |
|------------------------------------|---|--|
| Schweizer Tourismus-Verband        | Mitgliedschaft. Regelmässiger Austausch.  |  |
| Verband Schweizer Tourismusmanager | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitgliedschaft</li> <li>- Nutzung des Netzwerkes und der Wissensangebote.</li> </ul>   |  |
| Schweiz Tourismus                  | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitgliedschaft</li> <li>- Enge Zusammenarbeit in den Bereichen Content und Medien. Teilnahme an Veranstaltungen/Kongressen.</li> </ul>   | BL als touristischer Potenzialraum bei den Ansprechpartnern noch bekannter machen. |
| Basel Tourismus                    | <p>Laufender Austausch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategische Partnerschaft in der Vermarktung der Seminarangebote (Convention Bureau)</li> <li>- Zusammenarbeit bei den trinationalen Gremien als CH-Partner</li> <li>- Marketing: Messepräsenzen, Online-Marketing, Drucksachen an Infostellen, Medienbearbeitung.</li> <li>- Zusammenarbeit ESAF 2022.</li> </ul> | -  |
| Kanton Solothurn Tourismus         | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enge Zusammenarbeit über das gemeinsame Projekt <a href="http://www.viasurprise.ch">www.viasurprise.ch</a>.</li> <li>- Weitere Plattformen (Medienpartnerschaften).</li> </ul>   | -  |
| Schwarzbubenland Tourismus         | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung der Infostelle am Bahnhof Dornach/Arlesheim (Auftrag).</li> <li>- Gegenseitigen Vermarktung (Drucksachen, Web).</li> </ul>   | Weiterentwicklung Schwarzbubenland Tourismus.                                      |
| Olten Tourismus                    | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enge Zusammenarbeit über das gemeinsame Projekt <a href="http://www.viasurprise.ch">www.viasurprise.ch</a>.</li> </ul>   | -  |
| Thal Tourismus                     | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enge Zusammenarbeit über das gemeinsame Projekt <a href="http://www.viasurprise.ch">www.viasurprise.ch</a>.</li> <li>- Gegenseitigen Vermarktung (Drucksachen, Web).</li> </ul>  | -  |
| Aargau Tourismus                   | Sporadischer Austausch.   | -  |
| Rheinfelden Tourismus              | Zusammenarbeit in der gegenseitigen Vermarktung (Drucksachen, Web).   | -  |
| Upper Rhine Valley                 | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einsitz in diversen Gremien.</li> </ul>  | Mittelfristige Prüfung über Sinnhaftigkeit des Projekts.                           |
| Interreg-Projekt Dreilandrregion   | <p>Laufender Austausch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einsitz in diversen Gremien.</li> </ul>  | Start des Projekts 2020 (operativ): Bekanntheitsgrad erreichen.                    |
| Regio Trirhena                     | Jährlicher Austausch.   | Mittelfristige Prüfung über Sinnhaftigkeit des Projekts.                           |



## 2 Strukturen

### 2.1 Vorstand

Der Vorstand von Baselland Tourismus wird von der Mitgliederversammlung gewählt und setzt sich wie folgt zusammen (Stand März 2020):

Präsidentin

**Christine Mangold**, Gelterkinden  
(Gemeindepräsidentin Gelterkinden)

Vizepräsident:

**Dani Suter**, Liestal  
(Leiter Augusta Raurica)

**Christoph Buser**, Füllinsdorf  
Vorstandsmitglied (bis Juni 2020)  
(Direktor Wirtschaftskammer Baselland)

**Linard Candreia**, Laufen  
Vorstandsmitglied  
(Landrat, Sekundarlehrer / Publizist)

**Othmar Cueni**, Laufen  
Vorstandsmitglied  
(Präsident Wanderwege beider Basel)

**Tobias Eggimann**, Lampenberg  
Vorstandsmitglied (voraussichtlich ab Juni 2020 → stellt sich an Mitgliederversammlung zur Wahl zur Verfügung)  
(Geschäftsleitungsmitglied Wirtschaftskammer Baselland / Geschäftsführer Baselland Tourismus Oktober 2011- April 2020)

**Enrique Marlés**, Muttenz  
Vorstandsmitglied  
(Präsident Gastro Baselland)

**Roland Tischhauser**, Bubendorf  
Vorstandsmitglied  
(Vize-Präsident Basler Hotelier-Verein)

**Martin Schindelholz**, Grellingen  
Vorstandsmitglied  
(Vorstandsmitglied Promotion Laufental)

### 2.1.1 Aufgaben des Vorstands und der Geschäftsleitung

Der Vorstand ist für die strategischen Leitlinien verantwortlich. Im engen Dialog mit der Geschäftsstelle bestimmt er die Jahresziele und begleitet und überprüft die Umsetzung. Im Weiteren überwacht er die finanzielle Führung, das interne Kontrollsystem und die Umsetzung der Leistungsaufträge. Der Vorstand dient der Geschäftsstelle auch als Sparringpartner in anspruchsvollen operativen Fragen.

Gemäss Geschäftsführungsreglement obliegen dem Vorstand im besonderen folgende Aufgaben:

- Generelle Zwecksetzung von Baselland Tourismus
- Festlegung der langfristigen Ziele und Werte
- Verhalten gegenüber Anspruchsgruppen
- Definition der Führungsverhältnisse
- Strategische Entwicklung
- Haltung und Ausbau der Erfolgs- und Wettbewerbsfähigkeit
- Konstitution des Vorstands
- Erstellung / Genehmigung des Jahresberichts
- Genehmigung des Budgets
- Genehmigung des Jahresberichts zu Händen der Mitgliederversammlung
- Durchführung Mitgliederversammlungen
- Genehmigung Protokoll Mitgliederversammlungen
- Umsetzung Beschlüsse Mitgliederversammlung
- Teilnahme bzw. Leitung der Vorstandssitzungen
- Wahl des Geschäftsführers

Um eine effiziente Bearbeitung der Geschäfte zu ermöglichen und Dialog zwischen dem Vorstand und dem Geschäftsführer zu unterstützen sieht das Organisationsreglement eine Geschäftsleitung vor. Die Geschäftsleitung besteht aus

- a) der Präsidentin von Baselland Tourismus,
- b) dem Vorstandsvertreter der Wirtschaftskammer Baselland und
- c) dem Geschäftsführer von Baselland Tourismus

Ein regelmässiger Austausch auf mindestens monatlicher Basis (persönlich, telefonisch, schriftlich) sichert den Informationsaustausch. Sitzungen werden nach Bedarf einberufen und durch Aktennotizen dokumentiert. Über ausserordentliche Vorfälle ist die Geschäftsleitung unverzüglich in Kenntnis zu setzen.

## 2.2 Geschäftsstelle

Seit 2002 (und Gründung von Baselland Tourismus) führt die VBS Verbands-Services AG (eine Tochtergesellschaft der Wirtschaftskammer Baselland) im Auftrag des Vorstands von Baselland Tourismus die Geschäftsstellenführung inkl. Finanzbuchhaltung durch.

### 2.2.1 Aufgaben Geschäftsstelle

Ein dedizierter von der VBS Verbands-Services AG angestellter Geschäftsführer nimmt folgende Aufgaben wahr:

#### 1. Geschäftsführung

- Führung von Baselland Tourismus betriebswirtschaftlich und personell erfolgreich mit voller Ergebnisverantwortung: Ausführen aller Tätigkeiten, die zur täglichen Geschäftsführung gehören im Sinne der vereinbarten Geschäftspolitik mit dem Vorstand und der Wirtschaftskammer Baselland.
- Sicherstellen von Governance und Compliance der öffentlichen Leistungsaufträge und internen Statuten.
- Vorbereitung und Organisation der Vorstandssitzungen (inklusive inhaltliche Aufbereitung der Anträge und Präsentationen der Geschäfte in Absprache mit dem Präsidium).
- Finanzielle Führung (inkl. Budgetverantwortung): Laufendes Überwachen der Ertrags- und Finanzlage des Unternehmens sowie Erstellen und Überwachen der jährlichen Budgets. Sicherstellung der Mittelbeschaffung bei Mitgliedern, Partnern und Sponsoren.
- Festlegen und Überwachen der erforderlichen Massnahmen zur Erreichung der Geschäftsergebnisse. Umsetzung bzw. Unterstützung der Erstellung von Jahresabschlüssen und -reportings.
- Erstellung des Geschäftsberichts sowie Planung und Organisation der Mitgliederversammlungen und Konferenzen.

#### 2. Strategieentwicklung- und Strategieumsetzung

- Erkennung wichtiger Themen, Chancen und Trends im Tourismus- und Freizeitmarkt.
- Weiterentwicklung und Begleitung der strategischen Geschäftsfelder in enger Zusammenarbeit mit dem Vorstand.
- Sicherstellung der Erreichung der strategischen Ziele und periodische Information an den Vorstand über den aktuellen Stand.

#### 3. Networking / Vertretung von Baselland Tourismus nach aussen

- Wahrnehmung der Repräsentationsaufgaben und Sicherung einer positiven Kommunikation nach aussen.
- Aktive Pflege der Ansprechgruppen von Baselland Tourismus (Mitglieder, Partner, Tourismusorganisationen, Gemeinden, weitere Verbände).
- Pflege des Netzwerks zu Medienschaaffenden.
- Einsitznahme in Gremien mit touristischer Relevanz für Baselland Tourismus.

## 5. Personelle Führungsaufgaben

- Partizipative Führung des Teams von derzeit drei Personen nach Zielvorgaben.
- Sicherstellung eines einwandfreien Umgangs aller Mitarbeitenden mit den Partnern und Gewährleistung der Dienstleistungsqualität.
- Führung des Personalwesens (Einstellung, Führung, Förderung/Entwicklung) in Absprache mit den Personalverantwortlichen der Wirtschaftskammer Baselland.
- Sicherstellung der Einhaltung aller personalrelevanten Gesetze, Verordnungen und Normen des Haus der Wirtschaft.
- Gewährleistung eines einwandfreien, zeitnahen und offenen Informationsflusses von und zu den Mitarbeitenden.
- Förderung einer positiven Baselland Tourismus -Kultur (Werte, Normen und Denkhaltungen): Dienstleistungsorientiert, leistungsfreudig, kreativ, umsetzungsstark.

## 6. Geschäftsführung Baselland Tourismus Services AG

- Sicherstellung der Geschäftsführung des Tochterunternehmens „Baselland Tourismus Services AG“ mit ihren Geschäftsfeldern „Gasttaxenadministration“, „Römerfest“, „Baselland Card“ und „Pauschalangebote“. Laufende Rapportierung an den Vorstand über den Geschäftsgang.  
(Die Baselland Tourismus Services AG wurde im 2014 gegründet. Hintergrund ist die separate Abwicklung des Gasttaxengeschäfts und weiterer kommerzieller Aktivitäten. Die Gründung folgte einer Empfehlung von Prof. Christian Laesser, der 2012 die Leistungsevaluation durchführte und erfuhr das Einverständnis des Kantons (VGD).

### 2.2.2 Erfahrung Team Baselland Tourismus

Das dediziert von der VBS Verbands-Services AG angestellte Team verfügt über einen grossen fachlichen Rucksack und viele Jahre Berufserfahrung. Alle Mitarbeitenden sind im Kanton Baselland wohnhaft und stark verwurzelt.

| <b>Erfahrung Team Baselland Tourismus</b> | <b>Michael Kumli</b><br>Geschäftsführer | <b>Bettina Gysin</b><br>Projektleiterin /<br>Assistenz GL | <b>Sandra Ryser</b><br>Projektleiterin / Assis-<br>tenz GL | <b>Ramona Walter</b><br>Projektleiterin /<br>Assistenz GL |
|---|---|---|--|---|
| Stellenprozente                           | 100                                     | 50  | 60   | 100   |
| Jahrgang                                  | 1984                                    | 1976  | 1982   | 1992  |
| Bei Baselland Tourismus seit              | 2020                                    | 2017  | 2008   | 2017  |
| <b>Ausbildung</b>                         |   |   |  |   |
| KV / Handelsschule                        | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Tourismusfachschule                       | ■                                       | ■   |  | ■   |
| Marketingplaner                           |   | ■   |  |   |
| Lehrerseminar                             |   |   |  | ■   |
| MBA Betriebswirtschaftslehre              | ■                                       |   |  |   |

| <b>Erfahrung Team Baselland Tourismus</b>  | <b>Michael Kumli</b><br>Geschäftsführer | <b>Bettina Gysin</b><br>Projektleiterin /<br>Assistenz GL | <b>Sandra Ryser</b><br>Projektleiterin / Assis-<br>tenz GL | <b>Ramona Walter</b><br>Projektleiterin /<br>Assistenz GL |
|--|---|---|--|---|
| <b>Erfahrung</b>   |   |   |  |   |
| Ausgezeichnete geografische Kenntnisse Kanton BL   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Grosses Netzwerk von touristischen Leistungsträgern (400 Mitglieder von Baselland Tourismus) | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Netzwerk mit Behörden (Gemeinden, kant. Direktionen)   | ■                                       | ■   | ■  |   |
| Beratungserfahrung als Tourismus-Informationsstelle  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Mehrjährige Erfahrung in der Unternehmensführung   | ■                                       |   |  |   |
| Erfahrung mit öffentlichen Leistungsaufträgen  | ■                                       |   |  |   |
| Fundierte Kenntnisse in Marketing und Kommunikation  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Erfahrung in der Abwicklung von Tourismusprojekten   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Redaktionserfahrung (analog und digital)   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Erfahrung und Sicherheit im Digital Marketing  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Erfahrung Mittelbeschaffung (Partneraufträge, Sponsoring, Mandate)                           | ■                                       | ■   |  |   |
| Strategisches, prozessuales, konzeptionelles und analytisches Denkvermögen                   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Networking-Skills / Stakeholder Management   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Sozialkompetenz  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Gute Präsentations-Skills  | ■                                       |   |  |   |
| Hohe Affinität zu IT-basierten CRM-Prozessen und -Systemen                                   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Beratungskompetenz und unternehmerisches Denken  | ■                                       | ■   | ■  |   |
| Verhandlungs- und Lobbying-Kompetenz   | ■                                       | ■   | ■  |   |
| Finanzielle Führung  | ■                                       |   |  |   |
| Neugier und Offenheit  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Hohe Leistungsbereitschaft & Motivation  | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Hohe Dienstleistungsorientierung   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |
| Innovationsgeist   | ■                                       | ■   | ■  | ■   |

## 2.3 Funktionendiagramm Baselland Tourismus

| Tätigkeit / Ebene  | GV | Präs. | VS    | GL | GF           | WIKA/<br>VBS AG | Buha |
|--|----|-------|-------|----|--------------|-----------------|------|
| <b>Normative und strategische Ebene</b>  |    |       |       |    |              |                 |      |
| Abänderung des Funktionendiagramms   |    |       | B     | VF | VU           |                 |      |
| Unterschriften-Regelung  |    |       | B     |    |              | VU              |      |
| Wahl des Vorstands   | B  |       | VF    | VU |              |                 |      |
| Konstitution des Vorstands   |    |       | B     |    |              |                 |      |
| Durchführung Mitgliederversammlungen   |    | D     | Z     | VU | VF           |                 |      |
| Genehmigung Protokoll Mitgliederversammlungen  |    |       | B     |    | VF           |                 |      |
| Umsetzung Beschlüsse Mitgliederversammlung   |    |       |       | VU | D            |                 |      |
| Erstellung des Jahresberichts  |    | VU    | B     |    | D            |                 |      |
| Wahl des Geschäftsführers  |    | Z     | B     |    |              | VF              |      |
| Vereinbarung der Konditionen des Geschäftsführers  |    | I     |       |    |              | B               |      |
| Generelle Zwecksetzung von Baselland Tourismus   | B  |       | VF    |    | VU           |                 |      |
| Festlegung der langfristige Ziele und Werte  | B  |       | VF    |    | VU           |                 |      |
| Verhalten gegenüber Anspruchsgruppen   |    |       | B     |    | D            |                 |      |
| Definition der Führungsverhältnisse  |    |       | B     | VF | D            |                 |      |
| Strategische Entwicklung (Haltung/Ausbau Erfolgs-/Wettbewerbsfähigkeit)  |    |       | VU/B  | VU | VF           |                 |      |
| Teilnahme bzw. Leitung der Vorstandssitzungen  |    | D     |       | VU | VF           |                 |      |
| <b>Operative Ebene</b>   |    |       |       |    |              |                 |      |
| Vertretung der Baselland Tourismus nach innen und aussen   |    | D     |       |    | D            |                 |      |
| Jahresbudget   | I  |       | B     | VU | VF           |                 |      |
| Jahresrechnung   | B  |       | (B)   | VU | VU           |                 | VF   |
| Liquidität und Finanzen  |    |       | I     | I  | VU           |                 | VF   |
| Jahresprogramm   | I  |       | A / B | VU | VF           |                 |      |
| Konzeption, Umsetzung und Kontrolle aller Massnahmen in den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Dienstleistungen für Mitglieder</li> <li>Tourismusentwicklung (Angebot, Strukturen, Qualität)</li> <li>Destinationsmarketing (PR, Werbung, Verkaufsförd., Verkauf)</li> <li>die Beziehungspflege zu Baselland Tourismus nahestehenden Organisationen / Personen</li> </ul> |    |       | A / B |    | D            |                 |      |
| Personalwesen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Einstellung /</li> <li>Führung</li> <li>Förderung/Entwicklung</li> </ul>   |    | Z     | I     |    | VF<br>D<br>A | B<br>I<br>B     |      |
| Administrative Leitung und Organisation der Geschäftsstelle  |    |       |       |    | D            | B               |      |

### Organe

|       |  |
|-------|--|
| GV    | Generalversammlungen   |
| Präs. | Präsident  |
| VS    | Vorstand/Vorstandsmitglieder   |
| GL    | Geschäftsleitung (Präsidentin, Vorstandsvertreter<br>Wirtschaftskammer, Geschäftsführer) |
| GF    | Geschäftsführer  |
| Wika  | Wirtschaftskammer Baselland  |
| Buha  | Buchhaltung  |

### Aufgaben und Verantwortung/Kompetenzen

|    |   |
|----|---|
| B  | Beschluss / Entscheid                       |
| A  | Vorschlags-/Antragsrecht                    |
| VF | Vorbereitung / Planung (federführend)       |
| VU | Vorbereitung / Planung (unterstützend)      |
| D  | Durchführung                                |
| Z  | Beizug / Teilnahme                          |
| I  | Information (Stelle muss informiert werden) |

## 2.4 Organigramm



Statuten Baselland Tourismus: <https://www.baselland-tourismus.ch/service/kontakt/statuten>

### 3 Finanzplanung Baselland Tourismus 2021 – 2024

Eine grobe Finanzplanung für die Leistungsperiode 2021 – 2024 veranschaulicht folgende Punkte:

- Baselland Tourismus **erwirtschaftet rund 42 % der Mittel durch eigene Aktivitäten** (Mitgliederbeiträge, Projekterträge, Projektmittel von Dritten, Sponsoring etc.).
- Es wird jeweils ein ausgeglichenes Ergebnis angestrebt.
- Das Vereinskapital beläuft sich auf rund CHF 32'000. Dieser Betrag stellt eine Reserve dar, die eine kleine Flexibilität in der Realisation von Projekten zulässt. Andererseits ist der Betrag bescheiden und reflektiert das Ziel, im Verein Baselland Tourismus keine Mittel zu äufnen, sondern die finanziellen Mittel laufend in die Tourismusförderung zu investieren.

#### Finanzplanung Baselland Tourismus 2021 - 2024

|   | 2021       |                     | 2022       |                     | 2023       |                     | 2024       |                     |
|---|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|
| <b>ERTRAG</b>                             |            |                     |            |                     |            |                     |            |                     |
| Kantonsbeitrag (Leistungsvereinbarung)    | CHF        | 600'000.00          | CHF        | 600'000.00          | CHF        | 600'000.00          | CHF        | 600'000.00          |
| Mitgliederbeiträge                        | CHF        | 55'000.00           | CHF        | 55'000.00           | CHF        | 55'000.00           | CHF        | 55'000.00           |
| Beitrag Wirtschaftskammer Baselland       | CHF        | 50'000.00           | CHF        | 50'000.00           | CHF        | 50'000.00           | CHF        | 50'000.00           |
| Dienstleistungserträge                    | CHF        | 83'000.00           | CHF        | 84'000.00           | CHF        | 85'000.00           | CHF        | 86'000.00           |
| Dritterträge Gästeinformation/-attraktion | CHF        | 32'000.00           | CHF        | 31'000.00           | CHF        | 30'000.00           | CHF        | 29'000.00           |
| Kommissionen/Partneraktionen              | CHF        | 200'000.00          | CHF        | 203'000.00          | CHF        | 206'000.00          | CHF        | 209'000.00          |
| Sonstige Erträge                          | CHF        | 15'000.00           | CHF        | 15'000.00           | CHF        | 15'000.00           | CHF        | 15'000.00           |
| <b>TOTAL ERTRAG</b>                       | <b>CHF</b> | <b>1'035'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'038'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'041'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'044'000.00</b> |
| <b>AUFWAND</b>                            |            |                     |            |                     |            |                     |            |                     |
| Geschäftsstelle                           | CHF        | 145'000.00          | CHF        | 145'000.00          | CHF        | 145'000.00          | CHF        | 145'000.00          |
| Einkauf Dienstleistungen                  | CHF        | 34'000.00           | CHF        | 34'000.00           | CHF        | 34'000.00           | CHF        | 34'000.00           |
| Organe                                    | CHF        | 48'000.00           | CHF        | 48'000.00           | CHF        | 48'000.00           | CHF        | 48'000.00           |
| Informations- und Mitgliederdienste       | CHF        | 119'000.00          | CHF        | 120'000.00          | CHF        | 121'000.00          | CHF        | 122'000.00          |
| Kommunikation                             | CHF        | 501'000.00          | CHF        | 502'000.00          | CHF        | 503'000.00          | CHF        | 504'000.00          |
| Strategische Geschäftsfelder / Projekte   | CHF        | 149'000.00          | CHF        | 150'000.00          | CHF        | 151'000.00          | CHF        | 152'000.00          |
| Netzwerk / Gremien                        | CHF        | 39'000.00           | CHF        | 39'000.00           | CHF        | 39'000.00           | CHF        | 39'000.00           |
| <b>TOTAL AUFWAND</b>                      | <b>CHF</b> | <b>1'035'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'038'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'041'000.00</b> | <b>CHF</b> | <b>1'044'000.00</b> |
| <b>ERGEBNIS</b>                           | <b>CHF</b> | <b>-</b>            | <b>CHF</b> | <b>-</b>            | <b>CHF</b> | <b>-</b>            | <b>CHF</b> | <b>-</b>            |
| Vereinskapital                            | CHF        | 32'000.00           | CHF        | 32'000.00           | CHF        | 32'000.00           | CHF        | 32'000.00           |



### 3.1 Budget 2021

|   | <b>Budget 2021 (CHF)</b> |
|---|--------------------------|
| Beiträge - Lokalsektionen                       | 55'000.00                |
| Beiträge - SVV Private und Firmen               | -                        |
| Beiträge - Gemeinden und Kanton BL              | 600'000.00               |
| Beiträge - Wirtschaftskammer Baselland          | 50'000.00                |
| <b>Beiträge</b>                                 | <b>705'000.00</b>        |
| Eigenleistungen / Dienstleistungserträge        | 32'000.00                |
| Dritterträge Gästeinformationen/-attraktionen   | 83'000.00                |
| <b>Eigenleistungen</b>                          | <b>115'000.00</b>        |
| Kommissionen, Partneraktionen                   | 200'000.00               |
| <b>Dienstleistungsauftrag</b>                   | <b>200'000.00</b>        |
| Sonstiger Ertrag                                | 15'000.00                |
| <b>Sonstiger Ertrag</b>                         | <b>15'000.00</b>         |
| Debitorenverluste                               | -                        |
| <b>Erlösminderungen</b>                         | <b>-</b>                 |
| <b>BETRIEBSERTRAG</b>                           | <b>1'035'000.00</b>      |
| Geschäftsführung Administration                 | -68'000.00               |
| <i>Administration</i>                           | <i>-68'000.00</i>        |
| Infrastruktur / Miete                           | -54'000.00               |
| Büromaterial                                    | -1'000.00                |
| Drucksachen                                     | -2'000.00                |
| Fotokopien                                      | -1'000.00                |
| Bildmaterial                                    | -500.00                  |
| Fachliteraturen / Abos                          | -500.00                  |
| Telefon   | -2'000.00                |
| Porti   | -10'000.00               |
| <i>Verwaltungsaufwand</i>                       | <i>-71'000.00</i>        |
| Reisen  | -3'000.00                |
| Spesen / Kundenbetreuung                        | -3'000.00                |
| <i>Reiseaufwand / Kundenbetreuung</i>           | <i>-6'000.00</i>         |
| <b>Geschäftsstelle</b>                          | <b>-145'000.00</b>       |
| Weiterbildung                                   | -1'000.00                |
| Adressverwaltung                                | -2'000.00                |
| Lettershop (Mailings)                           | -3'000.00                |
| Management-Support                              | -18'000.00               |
| Statistikdaten-/beitrag                         | -1'200.00                |
| Texte / Journalismus                            | -3'000.00                |
| Grafische Arbeiten                              | -6'000.00                |
| Beratungen                                      | -                        |
| <b>Einkauf Dienstleistungen</b>                 | <b>-34'200.00</b>        |
| Geschäftsführung Organe                         | -15'000.00               |
| Vorstand  | -15'000.00               |
| Generalversammlung                              | -5'000.00                |
| Revision  | -13'000.00               |
| <b>Organe</b>                                   | <b>-48'000.00</b>        |
| Geschäftsführung Allgemeiner Informationsdienst | -44'000.00               |
| Geschäftsführung Betreuung Leistungsträger      | -35'000.00               |
| Geschäftsführung Mitgliederleistungen           | -19'000.00               |
| Netzwerkanlässe                                 | -9'000.00                |
| Konferenzen                                     | -2'000.00                |
| Infostellen                                     | -10'000.00               |

|   |                      |
|---|----------------------|
| <b>Informations- und Mitgliederdienste</b>          | <b>-119'000.00</b>   |
| Geschäftsführung Kommunikation                      | -99'000.00           |
| Medienarbeit  | -1'000.00            |
| Internet  | -3'000.00            |
| Hostinggebühren & SLA Internet                      | -10'000.00           |
| Betriebskosten w eitere Internetseiten              | -4'000.00            |
| Soziale Medien                                      | -20'000.00           |
| Geschäftsbericht                                    | -1'000.00            |
| Tourismuszeitung                                    | -270'000.00          |
| Imagebroschüre (Baselland GUIDE)                    | -13'000.00           |
| Hotelliste  | -                    |
| Panoramakarten                                      | -26'000.00           |
| Seminare / Gruppen                                  | -8'000.00            |
| Publireportagen / Inserate                          | -19'000.00           |
| Kommunikation diverses                              | -10'000.00           |
| Radio-/TV-Werbung                                   | -5'000.00            |
| Messen / Präsenzen                                  | -12'000.00           |
| <b>Kommunikation</b>                                | <b>-501'000.00</b>   |
| Geschäftsführung Geschäftsfelder & Tourismusprojekt | -99'000.00           |
| Geschäftsführung Gasttaxenprojekte                  | -                    |
| Geschäftsführung Römerfest                          | -21'000.00           |
| Regionale Events                                    | -2'000.00            |
| Diverse Projekte                                    | -10'000.00           |
| Angebote / Aktionen Baselland Tourismus             | -2'000.00            |
| Genusswochen  | -15'000.00           |
| <b>Strategische Geschäftsfelder</b>                 | <b>-149'000.00</b>   |
| Geschäftsführung Netzwerk & Gremien                 | -20'000.00           |
| Via Surprise  | -4'000.00            |
| Schweiz Mobil                                       | -6'500.00            |
| Upper Rhine Valley                                  | -4'500.00            |
| Mitgliedschaften / Partnerschaften                  | -3'500.00            |
| <b>Netzwerk &amp; Gremien</b>                       | <b>-38'500.00</b>    |
| Sonstiger Aufwand                                   | -                    |
| <b>Sonstiger Aufwand</b>                            | <b>-</b>             |
| <b>BETRIEBSAUFWAND</b>                              | <b>-1'034'700.00</b> |
| <b>Betriebliches Ergebnis</b>                       | <b>300.00</b>        |
| Zinsertrag Liquide Mittel                           | -                    |
| <b>Finanzertrag</b>                                 | <b>-</b>             |
| Bank- und PC-Spesen                                 | -300.00              |
| <b>Finanzaufwand</b>                                | <b>-300.00</b>       |
| <b>FINANZERFOLG</b>                                 | <b>-300.00</b>       |
| Periodenfremder Ertrag                              | -                    |
| Auflösung von Rückstellungen                        | -                    |
| <b>Ausserordentlicher, periodenfremder Ertrag</b>   | <b>-</b>             |
| Bildung von Rückstellungen                          | -                    |
| <b>Ausserordentlicher, periodenfremder Aufwand</b>  | <b>-</b>             |
| <b>AUSSERORDENTLICHER, PERIODENFREMDER ERFOLG</b>   | <b>-</b>             |
| <b>Jahresergebnis</b>                               | <b>0.00</b>          |

### 3.1.1 Geschäftsführungskosten

Die kumulierten Geschäftsführungskosten belaufen sich auf CHF 420'000 (Jahr 2021) und beinhalten folgende Leistungen, die bei der VBS Verbands-Services AG eingekauft werden.

- (a) Geschäftsführung (Gehälter und Sozialbeiträge) für **vier dedizierte Mitarbeitende** (310 Stellenprozente)
- (b) Sekretariat / Empfangsdienst
- (c) Absicherung Stellvertretung
- (d) Grundpackage IT (Hardware, Standard-Software, Netzwerk, Speicherplatz, Backup, Telekommunikation)
- (e) Zugang zum Büromaschinenpark (Kopierer, Frankiermaschine, weiteres)
- (f) Nutzung Sitzungsräumlichkeiten
- (g) Postdienst
- (h) Telefondienst (bei Abwesenheit)
- (i) Lagerplatz
- (j) Parkplätze für Mitarbeiter und Besucher

### 3.1.2 Unterstützung der VBS AG (Wirtschaftskammer BL)

#### 1. Büro-Räumlichkeiten, Abgeltung

**Die VBS AG stellt Baselland Tourismus fertig eingerichtete Büroräumlichkeiten kostenlos zur Verfügung.**

Um die Mehrwertsteuer korrekt abzuwickeln, belastet die VBS AG Baselland Tourismus jährlich CHF 50'000 plus MWST; im Gegenzug leistet die VBS AG einen jährlichen Pauschalbeitrag in der Höhe von CHF 50'000 an Baselland Tourismus.

#### 2. Übernahme der Vorstandsentschädigung

**Die VBS AG übernimmt die Entschädigungen des Vorstands mit Sinne einer Unterstützung.**

Der Aufwand für den Vorstand ist erfolgsneutral, weil die Mandatsentschädigungen von der VBS AG im Sinne einer zusätzlichen Unterstützung wieder als «sonstiger Ertrag» eingebucht werden (CHF 15'000).

#### 3. Vorzugskonditionen für den Einkauf weiterer Dienstleistungen

**Die VBS AG bietet für den Einkauf von Dienstleistungen Vorzugskonditionen:**

- (a) Führung der Buchhaltung / Controlling / Begleitung Revision
- (b) Führungssysteme (Management- & Controllingsysteme, IKS, Support Geschäftsleitung)
- (c) Erweiterte IT-Services (Spezial-Hardware, Spezial-Software/Applikationen)
- (d) Verwaltung Adress-Datenbank

*Weiterer Aufwand unter «Einkauf Dienstleistungen»: Grafik, Redaktion, Beratung (nicht VBS AG)*

## 4 Finanzierungsantrag für die Jahre 2021-2024

Der Vorstand von Baselland Tourismus beantragt den Kanton Basel-Landschaft um einen Leistungsauftrag, um die oben genannte Strategie und Massnahmen umsetzen zu können, die dem kantonalen Tourismusgesetz entsprechen.

Folgende finanzielle Mittel werden beantragt:

| Jahr | CHF     |
|------|---------|
| 2021 | 600'000 |
| 2022 | 600'000 |
| 2023 | 600'000 |
| 2024 | 600'000 |

Der kantonale Leistungsauftrag bleibt damit unverändert (seit 2002).

Die oben genannten Mittel sind exklusive allfälliger Kosten für eine allfällige Ausschreibung der Geschäftsstelle.

## 5 Schlussbemerkungen

Der Vorstand von Baselland Tourismus sieht in der seit 2002 praktizierten Zusammenarbeit mit dem Haus der Wirtschaft (VBS AG) ein Erfolgsmodell. Die normative, strategische Ebene wird durch den Vorstand wahrgenommen, in der Operative ist ein spezialisiertes Team von Angestellten des Hauses der Wirtschaft tätig.

Die Vorteile sind folgende:

- A) Fokus auf Kerngeschäft (Kundenbetreuung, Marketing, Projektarbeit)
- B) Entlastung in den Supportprozessen (HR, Rechnungswesen, IKS, Administration)
- C) Günstige Kosten (günstige Geschäftsführungskosten, Entlastung von Miete und Vorstandsentschädigung)
- D) Nutzung von Synergien
- E) Bereitschaft / Stellvertretungs-Absicherung (relevant für eine kleine Organisation)
- F) Netzwerk Haus der Wirtschaft

Der Vorstand von Baselland Tourismus knüpft die weitere erfolgreiche Tourismusförderung an die fortwährende Zusammenarbeit mit dem Haus der Wirtschaft.