

Offerte Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025 – 2028 von Baselland Tourismus

Inhalt

1	Einleitung	2
2	Kurzportrait Baselland Tourismus	3
2.1	Zweck und Aufgaben	3
2.2	Organisation / Struktur	3
2.3	Mitglieder	4
2.4	Vorstand	6
2.5	Geschäftsstelle	7
3	Vision, Strategie, Ziele	8
3.1	Vision	8
3.2	Aktuelle Geschäftsfelder, Schwerpunkte, strategische Ziele	8
3.3	Bestätigung der Mitglieder	10
3.4	Überprüfung, allfällige Anpassungen	11
4	Entwicklung 2021 – 2024	12
4.1	Beispiele umgesetzte Aktivitäten	12
4.2	Entwicklung Logiernächte 2020 - 2023	14
5	Grobplanung Aktivitäten 2025 – 2028	15
5.1	Basisarbeiten	15
5.2	Grobplanung Aktivitäten 2025 - 2028	15
6	Finanzen	18
6.1	Allgemein	18
6.2	Budget 2025	19
6.3	Finanzplanung 2026 – 2028	21
7	Finanzierungsantrag 2025 - 2028	22

1 Einleitung

Der Verein Baselland Tourismus ist die kantonale Dachorganisation für die Tourismusförderung im Baselbiet. Seit dem Jahr 2001 unterstützt der Kanton Basel-Landschaft den Verein mit Betriebsbeiträgen.

Die aktuelle Leistungsperiode 2021 – 2024 ist speziell geprägt von

- der Covid-19-Pandemie,
- der strategischen Neuausrichtung,
- dem Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest ESAF und
- der Angebots(weiter)entwicklung.

Trotz der verschiedensten Herausforderungen konnten Baselland Tourismus und seine Mitglieder wichtige Schritte in der Weiterentwicklung machen. Beispielsweise wurden im Jahr 2023 in der Hotellerie wieder gleich viele Logiernächte verzeichnet, wie dies 2019 der Fall war (Steigerung 2023 gegenüber dem Vorjahr um 19,6%).

Die Standortförderung Baselland hat im September 2023 das Institut für Tourismus und Freizeit der Fachhochschule Graubünden (FHGR) beauftragt, einerseits die Evaluation der Leistungsvereinbarung 2021 – 2024 zwischen dem Verein Baselland Tourismus und dem Kanton Basel-Landschaft durchzuführen und andererseits eine Kurzüberprüfung der strategischen Ausrichtung von Baselland Tourismus vorzunehmen.

Die externe Studie zeigt, dass der in der Leistungsvereinbarung formulierte Grundauftrag mit seinen Unteraufträgen erfüllt wurde. Weiter wird aufgezeigt, dass die Mitglieder und Partner die Arbeit von Baselland Tourismus positiv bis sehr positiv aufnehmen, dass die strategische Neuausrichtung von den Mitgliedern klar bestätigt wird und dass Baselland Tourismus die zur Verfügung stehenden Mittel effizient und wirkungsvoll einsetzt. Eine zentrale Leistung zeigt sich zudem in der effektiven Vernetzung mit lokalen und regionalen Partnern, die entscheidend zur touristischen Entwicklung der Region beiträgt. Weitere Ergebnisse des Studienauftrags fliessen in diese Offerte ein.

Baselland Tourismus ist überzeugt, auf dem richtigen Weg zu sein. Umso wichtiger ist es, gemeinsam mit Politik und Behörden sowie Mitgliedern und Partnern den nächsten Schritt zu machen.

Baselland Tourismus dankt dem Kanton Basel-Landschaft und besonders der Standortförderung Baselland für die sehr gute und konstruktive Zusammenarbeit und freut sich auf die weiteren Aktivitäten zu Gunsten vom Baselbiet.

2 Kurzportrait Baselland Tourismus

2.1 Zweck und Aufgaben

Der Verein Baselland Tourismus ist die kantonale Dachorganisation für die Tourismusförderung in Baselland.

Der Verein bezweckt:

- eine nachhaltige Förderung des Tourismus in Baselland unter Einsatz geeigneter Marketinginstrumente.
- die Koordination und Vertretung der am Tourismus interessierten Kreise gegenüber weiteren Anspruchsgruppen.
- die Durchführung und Förderung von Anlässen.
- das Zugänglich-machen, das Erhalten und das Verbessern von Ausflugszielen.
- die Mitwirkung bei der Lösung von touristischen Verkehrsfragen.

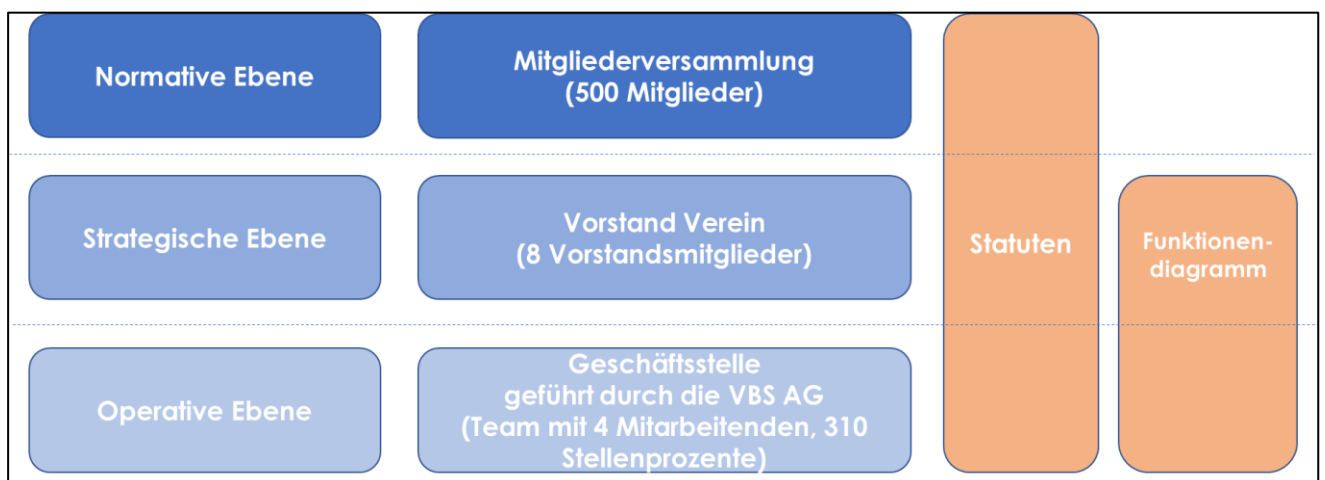
Die Aufgaben von Baselland Tourismus können in vier Disziplinen gegliedert werden:

- Information
- Kommunikation
- Angebotsentwicklung
- Vernetzung

Statuten von Baselland Tourismus: <https://www.baselland-tourismus.ch/services/verein>

2.2 Organisation / Struktur

Der Verein Baselland Tourismus ist wie folgt organisiert / strukturiert:



Baselland Tourismus wird von seinen rund 500 Mitgliedern getragen. Der Vorstand, bestehend aus acht Personen, ist für die strategische Ebene zuständig. Die operative Geschäftsführung übernimmt ein Team der Verband-Services AG (VBS AG), die den Zuschlag für den im Jahr 2021 öffentlich ausgeschriebenen Auftrag erhalten hat (4 Personen mit total 310% Stellenprozenten).

Der Vorstand sieht in der seit 2001 praktizierten Zusammenarbeit mit dem Haus der Wirtschaft (VBS AG) ein Erfolgsmodell.

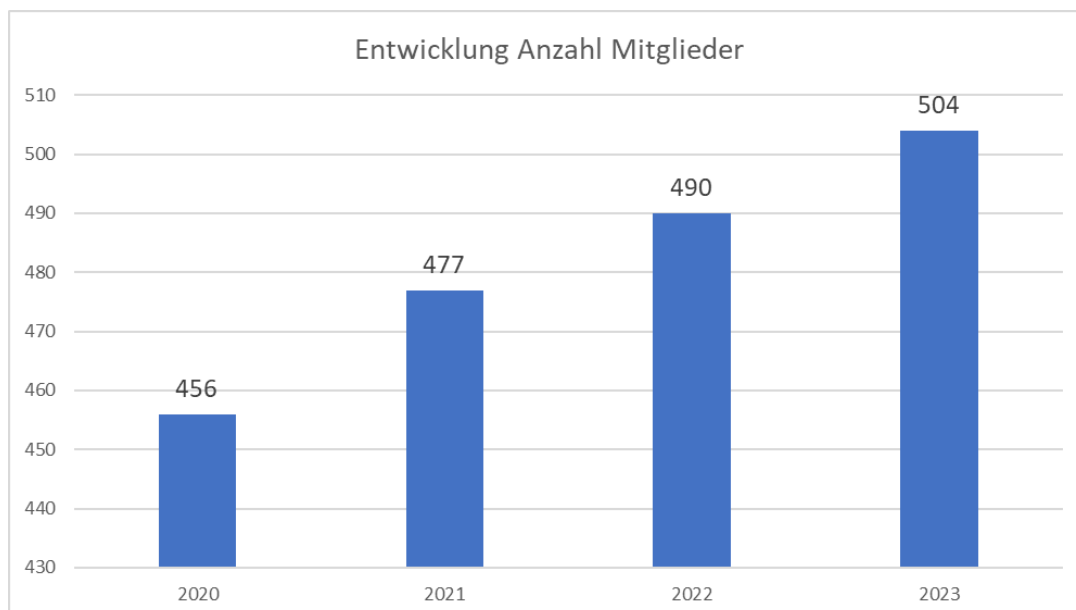
Die Vorteile sind:

- Fokus auf das Kerngeschäft (Kundenbetreuung, Marketing, Projekte)
- Entlastung in den Supportprozessen (HR, Finanzen, Administration)
- Nutzung von Synergien
- Bereitschaft / Stellvertretungs-Absicherung
- Netzwerk Haus der Wirtschaft

2.3 Mitglieder

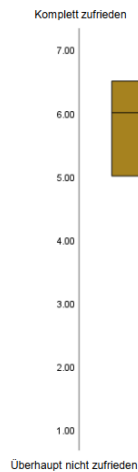
Baselland Tourismus sind aktuell rund 500 Mitglieder angeschlossen. Darunter fallen beispielsweise Übernachtungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, Freizeitanbieter, kulturelle Anbieter, Produzenten aus der Landwirtschaft, Verkehrs- und Verschönerungsvereine, Gemeinden oder Firmen aus der Region.

Baselland Tourismus konnte die Anzahl Mitglieder in den letzten Jahren und trotz der Corona-Pandemie laufend steigern:



Im Rahmen der externen Evaluation durch die FHGR wurde auch die Mitgliederzufriedenheit abgefragt. Das Ergebnis zeigt, dass die Mitglieder mit der Zusammenarbeit mit Baselland Tourismus (sehr) zufrieden sind.

93.5% der Unternehmen sind zufrieden mit der Zusammenarbeit mit der DMO



Zusammengeführte 4-Item Zufriedenheitsskala

- Mittelwert: 5.70
- Median: 6.00
- SD: 1.13
- Alpha: 0.921

Ausgewähltes Feedback zu der Zusammenarbeit:

“Wir schätzen die Arbeit von BL-Tourismus sowie die Zusammenarbeit”
- Verein aus Sissach

“Ihr macht einen super Job! Ich hoffe, wir bekommen die Unterstützung für die Region die Ihr verdient, personell, finanziell etc”
- Restaurant aus Arlesheim

“Seit Jahren staunen wir, wie ein so kleines Team so viel schaffen kann! Chapeau!”
- Unterkunft aus Arlesheim

“Einfach eine sehr angenehme und professionelle Zusammenarbeit..”
- Politische Gemeinde aus Liestal

2.4 Vorstand

Vorstandsmitglieder bis Mai 2024

Der aktuelle Vorstand von Baselland Tourismus setzt sich wie folgt zusammen:

	Vorname	Name	Vorstandsfunktion	Berufliche Tätigkeit
1	Christine	Mangold	Präsidentin	Statthalterin Kilchberg, ehem. Gemeindepräsidentin Gelterkinden, ehem. Landrätin
2	Dani	Suter	Vize-Präsident	Leiter Augusta Raurica
3	Sibylle	Böhler	Vorstand	Geschäftsführerin Hotel Gasthof zum Ochsen Arlesheim
4	Linard	Candreia	Vorstand	Schriftsteller, Landrat
5	Othmar	Cueni	Vorstand	Präsident Wanderwege beider Basel
6	Tobias	Eggimann	Vorstand	Leiter Abteilung KMU-Dienstleistungen / Mitglied der Geschäftsleitung Haus der Wirtschaft
7	Enrique	Marlès	Vorstand	Ehem. Präsident Gastro Baselland, ehem. Direktor Hotel Eremitage Arlesheim
8	Martin	Schindelholz	Vorstand	Vorstand Promotion Laufental, Vize-Präsident Gewerbeverein KMU Laufental

Vorstandsmitglieder ab Mai 2024 (Vorbehalt Wahl an der Mitgliederversammlung)

Vorbehältlich der Wahl durch die Mitgliederversammlung setzt sich der Vorstand von Baselland Tourismus ab Ende Mai 2024 wie folgt zusammen:

	Vorname	Name	Vorstandsfunktion	Berufliche Tätigkeit
Bisher	Christine	Mangold	Präsidentin	Statthalterin Kilchberg, ehem. Gemeindepräsidentin Gelterkinden, ehem. Landrätin
Bisher	Sibylle	Böhler	Vorstand	Geschäftsführerin Hotel Gasthof zum Ochsen Arlesheim
Bisher	Tobias	Eggimann	Vorstand	Leiter Abteilung KMU-Dienstleistungen / Mitglied der Geschäftsleitung Haus der Wirtschaft
Bisher	Martin	Schindelholz	Vorstand	Vorstand Promotion Laufental, Vize-Präsident Gewerbeverein KMU Laufental
Neu	Franz	Meyer	Vorstand	Projektleiter IT und Telekommunikation, Vize-Präsident Promotion Laufental, Ehem. Landratspräsident, ehem. Gemeindepräsident
Neu	Esther	Roth	Vorstand	Leiterin Amt für Kultur Kanton Basel-Landschaft
Neu	Adrian	Thomet	Vorstand	Geschäftsleiter Werken AG und Landwirtschaft Dietisberg
Neu	Urs	Wagenseil	Vorstand	Hochschule Luzern HSLU, Leiter Kompetenzzentrum Tourismus, Prof., Dozent

2.5 Geschäftsstelle

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

	Vorname, Name	Ausbildung	Funktion	Bei BL Tourismus seit	Stellenprozente
1	Michael Kumli	EMBA, Eidg. dipl. Tourismusfachmann HF, Diplom Sportmanagement	Geschäftsführer	2020	100%
2	Bettina Gysin	Marketingplanerin, dipl. Tourismusfachfrau	Projektleiterin, Assistenz GF	2017	50%
3	Sandra Ryser	CAS Digital Marketing Spezialistin	Projektleiterin, Assistenz GF	2008	60%
4	Ramona Walter	Dipl. Tourismusfachfrau, Lehrerseminar	Projektleiterin, Assistenz GF	2017	100%
5	Rinesa Deliu	KV-Ausbildung	Lernende		

Die Geschäftsstelle ist wie folgt organisiert:



3 Vision, Strategie, Ziele

Der Vorstand von Baselland Tourismus hat Mitte Oktober 2020 die aktuelle Strategie von Baselland Tourismus verabschiedet.

Die Mitglieder haben der neuen Ausrichtung Ende Oktober 2020 einstimmig zugestimmt.

3.1 Vision

Baselland ist eine beliebte Schweizer Kurzferienregion.

➔ *Weiterentwicklung vom Tagesausflug zur Kurzferienregion.*

3.2 Aktuelle Geschäftsfelder, Schwerpunkte, strategische Ziele

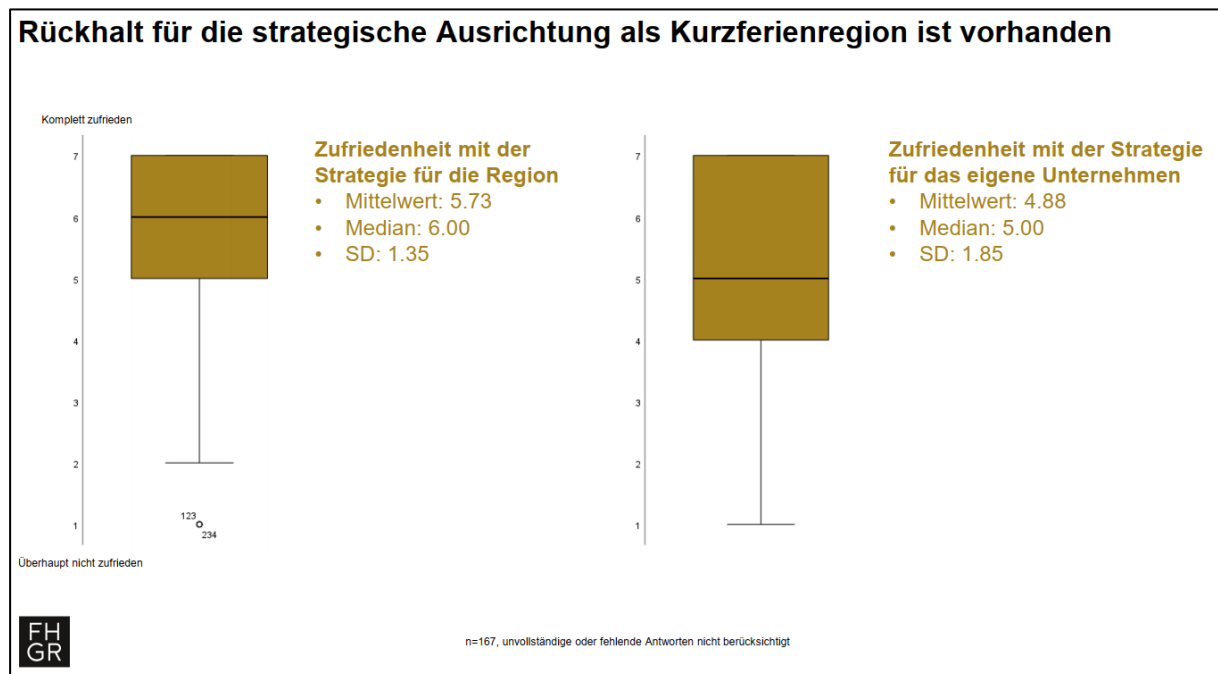
Strategische Geschäftsfelder	Schwerpunkte / strategische Ziele
Aktiv erholen	<p>Wandern</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablierung als ganzjähriges Schweizer Wanderparadies. - Ansprechen verschiedener Leistungsniveaus. - Organisation von Leuchtturm-Events. - Stärkung der Partnerschaft mit Wanderwege beider Basel. <p>Velo / MTB</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablierung als Mountainbike Eldorado → Fokus Frühling / Herbst - Ansprechen aller Leistungsniveaus und E-Bike sowie «normale» Bike-Nutzer. Schwerpunkt E-Bike. - Aufbau / Weiterentwicklung eines attraktiven Touren-Netzes. - Anpassung der gesetzlichen Grundlagen.
Entdecken und erleben	<p>Themenwege</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf-/Ausbau von Leuchtturm-Themenwegen für Familien mit nationaler Ausstrahlung.

	<ul style="list-style-type: none">- Sicherstellung Unterhalt der Themenwege.- Bekannt sein als Spielparadies.- Ausbau von Themen-/Erlebniswegen von Baselbieter Firmen. <p>Augusta Raurica, Burgen und Schlösser</p> <ul style="list-style-type: none">- Etablierung als Burgenland mit schweizweiter Ausstrahlung.- Organisation von Leuchtturm-Events für Fan-Communities und Familien.- Augusta Raurica, Etablierung als DER grösste archäologische Park der Schweiz.
Geniessen	<ul style="list-style-type: none">- Aufbau der Weinregion Baselland mit schweizweiter Ausstrahlung.- Stärkung / Ausbau der Baselbieter Genusswoche.- Bekanntmachung des vielfältigen Gastro-Angebotes und der Gastgeber → Kombination mit regionalen Produkten.
Austauschen & lernen	<ul style="list-style-type: none">- Ausbau als Seminar-/Eventregion im Grünen.- Bekannt sein für attraktive Gruppenerlebnisse.- Aufbau des EVENT Day Baselland als Marke.
Übernachtungsangebot	<ul style="list-style-type: none">- Bildung von Clusters, z.B. Familien, Bike, Kultur, Landerlebnis, Heiraten etc.- Aufbau von attraktiven Alternativen Angeboten (Blamping, Wohnmobil-Stellplätze etc.)- Sicherstellung eines qualitativ und quantitativ guten Angebots.
Mitgliedschaft	<ul style="list-style-type: none">- Aufbau von einfachen Mitgliedschaften mit hohem Kundennutzen.- Aufbau einer breiten Mitgliederbasis.

	<ul style="list-style-type: none"> - Implementierung einer Gastgeber-Kultur über alle Stufen. - (Weiter-) Entwicklung von «Hubs». - Die persönliche Gästeberatung stärken.
Marketing / Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Zur Informationsplattform werden. - Bekannt sein als attraktive und sympathische Kurzferienregion. - Proaktiver Partner sein. - Aufbau von buchbaren Angeboten, Packages. - Akquise von weiteren starken BL-Firmen als Partner.

3.3 Bestätigung der Mitglieder

Gemäss Studie der FHGR vom März 2024 bestätigen die Mitglieder die strategische Ausrichtung «Weiterentwicklung vom Tagesausflug zur Kurzferienregion» klar, was der Durchschnittswert von 5.73 zeigt.



3.4 Überprüfung, allfällige Anpassungen

Baselland Tourismus hat im März 2024 die finalen Studienresultate der FHGR erhalten. Die Verantwortlichen der FHGR schlagen vor, die strategischen Geschäftsfelder stärker zu fokussieren und engere Ziele zu definieren.

Der Vorstand und die Geschäftsführung werden die Berichte und die Empfehlungen der FHGR prüfen und bis im Sommer 2024 mögliche Anpassungen vornehmen.

An der Grundausrichtung respektive der Weiterentwicklung vom Tagesausflug zur Kurzferienregion wird festgehalten.

Folgende Themen erscheinen uns Stand heute als besonders wesentlich:

- Weitere Fokussierung bei den strategischen Geschäftsfeldern und Zielen.
- Förderung der Parahotellerie
 - o Hoher Durchreiseverkehr, Potenzial zur Abschöpfung von Campinggästen.
 - o Potenzial für (weitere) Agrotourismus-Angebote.
- Die Touristische Vermarktung und Markenbildung vorantreiben.
- Weitere Angebotsentwicklung für Tagesgäste, um die Aufenthaltsdauer zu verlängern → Weiterentwicklung Tagesausflug zur Kurzferienregion.

4 Entwicklung 2021 – 2024

4.1 Beispiele umgesetzte Aktivitäten

Die folgende Auflistung ist ein Auszug an Aktivitäten, die in der Zeit Januar 2021 bis März 2024 umgesetzt wurden. Für ausführliche Informationen wird auf die Jahresberichte von Baselland Tourismus verwiesen: [LINK](#)

Strategische Geschäftsfelder	Umgesetzte Aktivitäten
Aktiv erholen	<p>Wandern</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufbau der Baselbieter Wiesentouren Arboldswil-Titterten und Dittingen-Laufen mit Pro Natura Baselland und dem Bauernverband. - Durchführung verschiedener Leuchtturm-Events wie Wanderungen mit Schwingerkönigen oder Ski-Olympiasiegerin Dominique Gisin. - Organisation und Durchführung von Familien-Burgenwanderungen. <p>Velo / MTB</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufbau des E-Bike-Landes Nordwestschweiz mit 10 Thementouren, 20 Ladestationen und 1 Themenkarte. - Durchführung von geführten E-Bike-Touren. - Konzeption, Aufbau und Signalisation der SchweizMobil Velolandrouten 113, Baselbieter Hof-Route und 114, Burgenzauber-Route mit dem Tiefbauamt BL, SchweizMobil und Partnern. - Mitarbeit bei der Organisation und Durchführung der Trail Days Baselland in Aesch mit rund 4'000 Gästen.
Entdecken und erleben	<p>Themenwege</p> <ul style="list-style-type: none"> - Engere Kooperationen mit Baselbieter Firmen mit touristischem Angebot, z.B. Oris-Erlebnisswelt Hölstein oder dem Besuchszentrum Salina Helvetica der Schweizer Salinen. Baselland Tourismus leistet einen Beitrag in der Vermarktung, beim Aufbau von Führungen und mit dem grossen Netzwerk. - Begleitung/Unterstützung von Regionen, Gemeinden, Organisationen bezüglich Aufbau von Themenwegen / Erlebnisangeboten.

	<p>Augusta Raurica / Burgen / Schlösser</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durchführung des Entdeckerland Gewinnspiels mit Burgen /Schlösser. - Erarbeitung der Burgen Touren und Broschüre mit 12 Wanderungen zu sieben Burgen in Zusammenarbeit mit der Archäologie Baselland (print / online). - Unterstützung der Komm rund ums Römerfest Augusta Raurica.
Geniessen	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau Produkt Besuch beim Weinbauer. - Neukonzeption FoodTrail Liestal. - Organisation und Durchführung Baselbieter Wine&Dine. - Erarbeitung Genussland-Broschüre. - Aufbau und Weiterentwicklung der Langen Tafel Laufen mit 4'000 Gästen. - Organisation und Durchführung der Baselbieter Genusswoche mit 48 Events im ganzen Kanton.
Austauschen und lernen	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation des FAM-Trip 2023. - Aufbau und Organisation der EVENT Days 2022 und 2023 mit rund 25 Ausstellern und 95 Meeting- und EventplanerInnen.
Übernachtungsangebote	<ul style="list-style-type: none"> - Stärkung des Gästepass+. - Start des Projekts Wohnmobilstellplätze auf dem Bauernhof in Zusammenarbeit mit verschiedensten kantonalen Fachstellen und dem Bauernverband.
Mitgliedschaft / Gästeservice	<ul style="list-style-type: none"> - Steigerung der Anzahl Mitglieder auf über 500. - Erarbeitung des neuen Mitgliederkonzepts. - Definition von Hubs: Realisierung von Erlebniskarten Langenbruck und Liestal (print/online).
Marketing / Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Relaunch Website - Implementierung Webshop - Erstellung neuer Imagebroschüre - Durchführung der Kampagne «Sommerpass» mit Tourismusorganisationen Aargau / Solothurn - Neukonzeption Tourismusmagazin - Durchführung Entdeckerland-Kampagne, Einsatz Sonderbeitrag von CHF 300'000 ohne zusätzliche personelle Ressourcen. - Abwicklung Beherbergung und Präsenz ESAF 2022. - Erstellung hochwertiges Bildmaterial - Aufbau von buchbaren Angeboten - Gastregion Herbstmesse Solothurn (HESO) - Auftritt Ferienmesse Zürich

4.2 Entwicklung Logiernächte 2020 - 2023

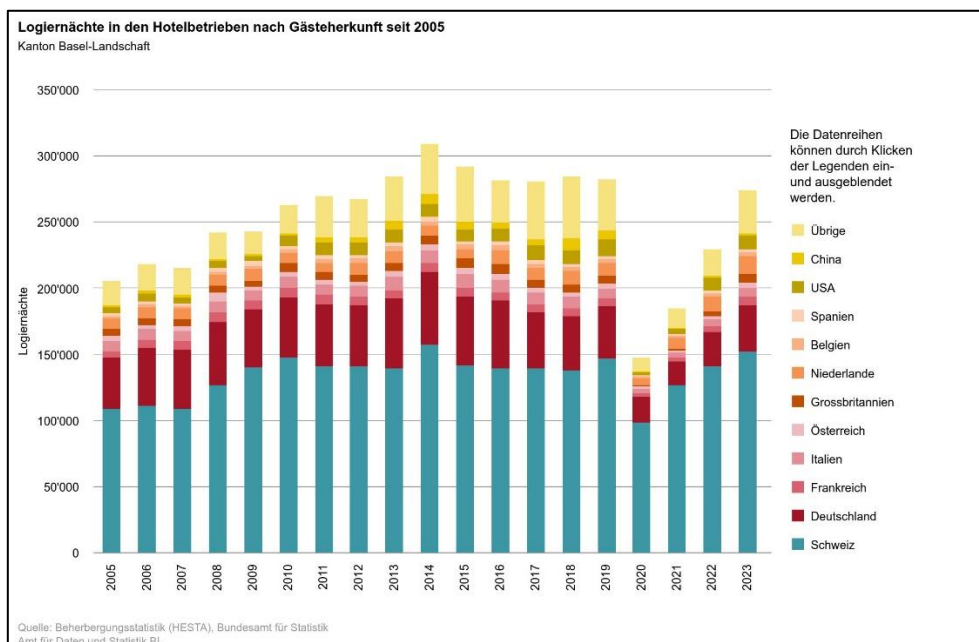
Die Covid-19 Pandemie hatte einen grossen Einfluss auf Übernachtungen im Baselbiet. Die Anzahl Logiernächte ist im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr um rund 50 % eingebrochen.

In den vergangenen zwei Jahren konnten die Gäste schrittweise wieder zurückgewonnen werden. Im Jahr 2023 wurden in den Baselbieter Hotel- und Kurbetrieben 275'137 Logiernächte gezählt. Das entspricht einer Zunahme von 19,6% Prozent gegenüber dem Vorjahr und liegt nur noch 3 % hinter dem Wert von 2019.

Ein Blick auf die Auslastung der Betriebe zeigt, dass weiterhin grosser Handlungsbedarf besteht. 2023 betrug die Bettenauslastung nur 30 %, was seit jeher eine Herausforderung ist.

In den letzten 4-5 Jahren wurden in der Stadt Basel rund 2'500 neue Hotelbetten geschaffen, also die Kapazitäten ausgebaut. Auf der anderen Seite sind die Frequenzen und Aufenthaltsdauer bei Messen und Kongressen rückläufig (Basel World, Swissbau etc.).

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, dass Baselland Tourismus bezüglich dem Gästemix auch Freizeitgäste für die Region gewinnen kann. Dies bedeutet aber, dass mehr Mittel in die Vermarktung investiert werden müssen. Basel Tourismus hat dies aufgrund der Covid-19 Pandemie ebenfalls geändert – die Stadt fährt grosse Sommerkampagnen mit Freizeitgästen als Zielgruppe und investiert jährlich mehrere hunderttausend Franken in dieses Geschäftsfeld (vor Covid wurde dieses Segment deutlich weniger stark beworben).



5 Grobplanung Aktivitäten 2025 – 2028

5.1 Basisarbeiten

Baselland Tourismus erbringt Aufgaben und Dienstleistungen für touristische Belange im Kanton und ist eine Drehscheibe, welche einheimische und auswärtige Gäste mit touristischen Leistungsträgern und Attraktionen zusammenbringt. Gerade die Aufgabe der Vernetzung und Verknüpfung der verschiedensten Akteure und Partner hat sich als grosse Wichtigkeit und Stärke entwickelt.

Basisarbeiten von Baselland Tourismus:

Der Verein

- macht die Angebote und Produkte in der Region sichtbar.
- informiert die Mitglieder, Leistungsträger und Partner über News, Veranstaltungen und Aktivitäten.
- ist Anlaufstelle bei (touristischen) Fragen.
- vernetzt die Mitglieder, Leistungsträger und Partner untereinander und mit weiteren attraktiven und engagierten Akteuren.
- setzt sich als Interessensvertreterin für die Tourismusförderung ein.
- entwickelt zusammen mit den Mitgliedern neue Produkte und Angebote.
- setzt sich für eine nachhaltige Tourismusförderung ein.

5.2 Grobplanung Aktivitäten 2025 - 2028

Folgende Aufstellung zeigt einen Auszug aus der aktuellen Grobplanung für die kommenden vier Jahre. Der eingeschlagene Weg wird weiterverfolgt.

Strategische Geschäftsfelder	Aktivitätenplanung
Aktiv erholen	Wandern: <ul style="list-style-type: none"> - 2025 – 2028: Organisation und Durchführung von geführten Wanderangeboten mit Genuss/Kultur-Inhalten. - 2025 – 2028: Kreieren von 2 Wander-Klassikern (NRP Projekte) - 2025/2026: Erarbeitung ISOS-Dörfer Guide (Gasttaxenfonds). - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung des Baseliets als ganzjährige Wanderregion (Schweiz, Dreiland, Benelux).

	<p>Velo / MTB:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2025: Konzeption und Realisation der Schweiz-Mobil Veloland Route 115, Rebentour Sissach – Rheinfelden. - 2025-2028: Mitorganisation und Durchführung der Trail Days Baselland. - 2025-2028: Mitwirkung bei der Erarbeitung von zeitgemässen gesetzlichen Rahmenbedingungen und beim Aufbau eines attraktiven Mountainbike-Routennetz (Lead BUD, ARP). - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung des Baselbiets als ganzjährige Bike-/Velolandregion (Schweiz, Dreiland, Benelux).
Entdecken und erleben	<p>Themenwege:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2024-2026: Mitwirkung bei der Planung und Erstellung von 2 neuen Themenwegen im Baselbiet (Themen: Langenbruck/Gesundheit, Waldenburgertal/Uhren&Industrie, Familien-Angebot mit Ausstrahlung). - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung der Angebote (Schweiz, Dreiland, Benelux). <p>Augusta Raurica, Burgen und Schlösser:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Organisation und Durchführung von Familien-Burgenwanderungen. - 2026: Weiterentwicklung der «Burgen-Touren». - 2025: Mitwirkung bei der Umsetzung des Nutzungskonzepts Schloss Wildenstein (aktuell keine Info wann und wie, Lead BUD). - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung der Angebote (Schweiz, Dreiland, Benelux).
Geniessen	<ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Weitere Fokussierung der Baselbieter Genusswoche, Sicherung von finanziellen Mitteln. - 2025-2028: Story-Telling Menschen und (regionale) Produkte. - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung der Angebote (Region Basel, Schweiz).
Austauschen und lernen	<ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Organisation und Durchführung des EVENT Day Baselland.

	<ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Verstärkte Vermarktung der Angebote (Region Basel, Schweiz, Dreiland).
Übernachtungsangebote	<ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Unterstützung bei der Planung der Realisierung von Übernachtungsangeboten in der Parahotellerie, Agrotourismus.
Mitgliedschaft / Gästeservice	<ul style="list-style-type: none"> - 2024-2025: Auf- und Ausbau eines geeigneten CRM, (Vernetzung, noch bessere und schnellere Kommunikation mit den richtigen Personen). - 2025: Implementieren des neuen Mitgliederkonzepts. - 2025-2028: Weiterentwicklung von Hubs (Ausgangszentren). <ul style="list-style-type: none"> o Bsp. Erlebniskarten o Bsp. Regionale Strukturen
Marketing / Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - 2025-2028: Gäste aus den Benelux-Ländern gewinnen (Durchgangsverkehr Nord-/Südachse). - 2025-2026: Mehrsprachigkeit weiterentwickeln. - 2025-2028: Durchführung von Marketing-Kampagnen mit dem Ziel Kurzferien in Baselland. Die Schwerpunkte aus den Geschäftsfeldern stehen im Fokus. Die Zielgruppen / Märkte werden weiterhin pro Angebot / Produkt definiert.

- Baselland Tourismus leistet mit seinen Arbeiten einen wichtigen Beitrag für die Standortattraktivität und Lebensqualität in der Region. In der Region Basel leben schweizweit rund 600'000 Einwohnerinnen und Einwohner, die auch vom touristischen Angebot profitieren. Hinsichtlich der Tatsache, dass 73% der Steuern von natürlichen Personen generiert wird, ist es umso wichtiger, die Menschen vom Kanton als Wohn- und Lebensraum zu begeistern und sie zu binden. Dem Tourismus mit seinen vielen Disziplinen (Übernachtung, Gastronomie, Erlebnisindustrie, Kultur) ist eine grosse systemunterstützende Wirkung zuzuschreiben.
- Baselland Tourismus realisiert in seiner Moderationsrolle eine Hebelwirkung. In der Vernetzung, im Sparring, im Konzipieren und Begleiten von touristischen Angeboten kann der Verein zielgerichtet Hilfe leisten und auch (finanzielle) Ressourcen schonen (Stichwort: Synergien, Doppelungen oder nicht marktgerechte Angebote vermeiden).
- Aktuell steht der Verein im Dialog mit dem Projektteam Naturpark Baselbiet. Für Baselland Tourismus ist es wichtig, dass «s'Baselbiet» sich als Ganzes weiterentwickeln kann. Dabei ist es wichtig, dass Synergien genutzt und Doppelspurigkeiten vermieden werden.

6 Finanzen

6.1 Allgemein

- An der Mitgliederversammlung vom 29. Mai 2024 werden die Mitglieder über das neue Mitgliederkonzept mit angepassten Leistungen und Beitragsstufen entscheiden. Neben der Anpassung der nützlichen Leistungen ist es das Ziel, dass die Einnahmen aus den Mitgliederbeiträgen erhöht werden können.
- Gasttaxenerträge dürfen im Kanton Basel-Landschaft nicht für Werbezwecke eingesetzt werden (Gesetz über die Erhebung einer Gasttaxe).
- Das Vereinskaptal von Baselland Tourismus beträgt per 31.12.2023 CHF 30'406.89. Grundsätzlich ist dieser Betrag bei einem Budget von rund CHF 1.2 Mio. gering. Der Vorstand von Baselland Tourismus hat aber entschieden, im Verein keine Mittel zu äufnen, sondern die finanziellen Mittel laufend in die Tourismusförderung zu investieren.
- Die Jahresrechnung 2023 zeigt, dass Baselland Tourismus 47,5% Prozent der Einnahmen durch eigene Aktivitäten erwirtschaftet (Mitgliederbeiträge, Projekterträge, Partnerschaften, Marketingaktivitäten etc.). Baselland Tourismus ist laufend daran, Erträge zu generieren und Partner zu gewinnen. Im Gespräch mit Tourismuskolleginnen und -kollegen wird festgestellt, dass der Wert als hoch eingestuft wird.
- Die Verantwortlichen der FHGR halten in ihrer Studie fest, dass sie das Potential von weiteren Einsparungen/Fokussierung von Massnahmen als gering einstufen. Baselland Tourismus hat in der Leistungsperiode 2021 – 2024 weitere Effizienzsteigerungen erzielt. Mehr geht nicht, ohne zentrale Leistungen abzubauen.
- Baselland Tourismus ist sich bewusst, dass die Kantonsfinanzen unter Druck stehen. Auf der anderen Seite kann der Verein mit seinen Mitgliedern einen starken Leistungsausweis vorlegen. Zudem ist der ressourcenschonende Einsatz der Mittel eine Daueraufgabe (siehe Vereinskaptal, keine Reserven, externe Evaluation). Die Verantwortlichen der FHGR geben im Rahmen ihrer Studie die Empfehlung für zwei Varianten ab:
 - o Variante 1: Den eingeschlagenen Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion weiterführen. In diesem Zusammenhang sind zusätzliche Marketingmassnahmen und demzufolge Ressourcen notwendig.
 - o Variante 2: Bei bestehenden Mitteln soll die Definition des Leistungsauftrags enger gefasst werden. Das heisst, dass wenn die Mittel im Umfang von CHF 600'000 / Jahr bestehen bleiben, weiter fokussiert werden muss und gewisse Aktivitäten ausgeschlossen werden.

In diesem Zusammenhang wurde für das Budget 2025 und für die Finanzplanung 2026 – 2028 je eine Variante «**Basis / Grundauftrag**» und «**Weiterentwicklung**» ausgearbeitet. Der finanzielle Beitrag des Kantons beträgt bei der Variante Weiterentwicklung CHF 200'000 mehr, also CHF 800'000 pro Jahr.

6.2 Budget 2025

Ertrag		Rechnung 2023	Budget 2025	
Konto	Position	Rechnung 2023	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung
3400	Mitgliederbeiträge	55'197.00	70'000	70'000
3402	Beitrag Kanton Baselland	600'000.00	600'000	800'000
	Beiträge	655'197.00	670'000	870'000
3420	Dienstleistungserträge	25'124.84	33'000	33'000
3422	Dritterträge Gästeinformation/-attraktionen	108'266.45	125'000	125'000
	Eigenleistungen	133'391.29	158'000	158'000
3600	Kommissionen, Partneraktionen	222'820.95	205'000	205'000
3630	Genusswoche	131'620.20	135'000	135'000
	Dienstleistungsauftrag	354'441.15	340'000	340'000
3905	Verluste aus Forderungen	-200.00		
	Ertragsminderungen	-200.00	-	-
6730	Sonstiger Ertrag	-	-	-
	Sonstiger Ertrag	-	-	-
Total Ertrag		1'142'829.44	1'168'000	1'368'000
Aufwand	Position	Rechnung 2023	Budget 2025, Variante Basis Grundauftrag	Budget 2025, Variante Weiterentwicklung
6000	Geschäftsführung Administration	68'000.00	68'000.00	68'000.00
	Administration	68'000.00	68'000.00	68'000.00
6100	Infrastruktur / Miete	60'312.00	60'500.00	60'500.00
6105	Büromaterial	1'077.00	1'100.00	1'100.00
6110	Drucksachen	1'881.15	3'000.00	3'000.00
6115	Fotokopien	89.05	250.00	250.00
6120	Bildmaterial	3'000.00	3'500.00	3'500.00
6125	Fachliteraturen / Abos	172.00	200.00	200.00
6130	Telefon	1'615.55	1'650.00	1'650.00
6135	Porti	8'836.10	8'000.00	8'000.00
	Verwaltungsaufwand	76'982.85	78'200.00	78'200.00
6150	Reisen	7'929.72	6'000.00	6'000.00
6160	Spesen / Kundenbetreuung	4'932.90	3'000.00	3'000.00
	Reisekosten / Kundenbetreuung	12'862.62	9'000.00	9'000.00
6200	Weiterbildung	-	-	-
6210	Adressverwaltung	-	5'000.00	5'000.00
6220	Lettershop (Mailings)	-	500.00	500.00
6230	Supportleistungen	45'264.00	50'500.00	50'500.00
6240	Statistikdaten/-beitrag	2'235.85	2'500.00	2'500.00
6270	Grafische Arbeiten	500.00	-	-
6280	Beratungen	602.57	3'500.00	3'500.00
	Einkauf Dienstleistungen	48'602.42	62'000.00	62'000.00
6300	Geschäftsführung Organe	15'000.00	15'000.00	15'000.00
6310	Vorstand	6'215.00	8'000.00	8'000.00
6320	Generalversammlung	8'691.70	9'000.00	9'000.00
6330	Revision	12'247.05	8'000.00	8'000.00
	Vorstandswesen & Planung	42'153.75	40'000.00	40'000.00
6400	Geschäftsführung Allgemeiner Informationsdienst	44'000.00	44'000.00	44'000.00
6410	Geschäftsführung Betreuung Leistungsträger	35'000.00	35'000.00	35'000.00
6420	Geschäftsführung Mitgliederleistungen	19'000.00	19'000.00	19'000.00
6440	Netzwerkanlässe	2'463.10	7'500.00	7'500.00
6450	Konferenzen	162.00	2'000.00	2'000.00
6460	Infostellen	6'750.00	20'000.00	20'000.00
	Informations- und Mitgliederdienste	107'375.10	127'500.00	127'500.00

Aufwand	Position	Rechnung 2023	Budget 2025, Variante Basis Grundauftrag	Budget 2025, Variante Weiterentwicklung
6500	Geschäftsführung Kommunikation	120'000.00	122'500.00	250'000.00
6505	Medienarbeit	-	-	5'000.00
6510	Internet	25'329.04	25'000.00	25'000.00
6515	Hostinggebühren Internet	14'892.14	15'000.00	15'000.00
6516	Betriebskosten weitere Internetseiten	863.99	1'500.00	1'500.00
6520	Soziale Medien	20'810.86	32'500.00	100'000.00
6525	Geschäftsbericht	145.24	500.00	500.00
6530	Tourismuszeitung	126'646.36	125'000.00	125'000.00
6545	Panoramakarte	21'714.00	30'000.00	30'000.00
6550	Seminare	8'077.50	11'500.00	11'500.00
6555	Publireportagen / Inserate	27'160.85	15'000.00	15'000.00
6560	Kommunikation diverses	27'342.23	17'000.00	17'000.00
6570	Messen / Präsenzen	30'451.04	20'000.00	20'000.00
	Kommunikation	423'433.25	415'500.00	615'500.00
6600	Geschäftsführung Geschäftsfelder & Tourismusprojekt	99'000.00	101'500.00	101'500.00
6620	Diverse Projekte	88'251.90	85'000.00	85'000.00
6630	Genusswoche	131'676.73	135'000.00	135'000.00
	Strategische Geschäftsfelder	318'928.63	321'500.00	321'500.00
6650	Geschäftsführung Netzwerk & Gremien	20'000.00	20'000.00	20'000.00
6655	Arbeitsgruppe Laufental	-	-	-
6660	ViaSurprise	2'600.00	2'600.00	2'600.00
6665	Schweiz Mobil	7'170.00	8'500.00	8'500.00
6670	Upper Rhine Valley	-	500.00	500.00
6675	Mitgliedschaften / Partnerschaften	6'629.25	8'000.00	8'000.00
	Netzwerk & Gremien	36'399.25	39'600.00	39'600.00
6700	Sonstiger Aufwand	1'650.00	5'000.00	5'000.00
6710	Bildung von Rückstellungen	-	-	-
6711	Fondseinlagen	-	-	-
	Sonstiger Aufwand	1'650.00	5'000.00	5'000.00
Total Aufwand		1'136'387.87	1'166'300.00	1'366'300.00
Operatives Ergebnis		6'441.57	1'700.00	1'700.00
	Zinsertrag Liquide Mittel	357.24	150.00	150.00
	Finanzertrag	357.24	150.00	150.00
	Bank- und PC-Spesen	-396.83	-350.00	-350.00
	Finanzaufwand	-396.83	-350.00	-350.00
	Finanzerfolg	-39.59	-200.00	-200.00
	Periodenfremder Ertrag	114.13	-	-
	Auflösung von Rückstellungen	-	-	-
	A.o. periodenfremder Ertrag	114.13	-	-
	Bildung von Rückstellungen	-	-	-
	Periodenfremder Aufwand	-3'999.53	-	-
	A.o. periodenfremder Aufwand	-3'999.53	-	-
	Ausserordentlicher Erfolg	-3'885.40	-	-
	Jahresergebnis	2'516.58	1'500.00	1'500.00
	Vereinskapital 01.01.	27'890.31	32'405.89	32'405.89
	Vereinskapital 31.12.	30'406.89	33'905.89	33'905.89

6.3 Finanzplanung 2026 – 2028

Wie beim Budget 2025 wurde für die Finanzplanung 2026 – 2028 eine Variante «Basis Grundauftrag» und eine Variante «Weiterentwicklung» ausgearbeitet.

Gasttaxenerträge dürfen im Kanton Basel-Landschaft nicht für Werbemassnahmen eingesetzt werden. Somit können über diesen Weg keine Kampagnen finanziert werden. Die Realisierung der Gasttaxenprojekte erfolgt im Rahmen der Tourismusförderung (die Initiierung der Gasttaxenprojekte läuft über die Vereinbarung Gasttaxenadministration).

Bei der Variante Weiterentwicklung ist eine Erhöhung des Kantonsbeitrags von CHF 200'000 vorgesehen. Die zusätzlichen CHF 200'000 werden auf der Aufwandseite im Bereich der Kommunikation eingesetzt, um eine Hebelwirkung zu entwickeln.

Finanzplanung 2026 - 2028		Planung 2026		Planung 2027		Planung 2028	
Ertrag	Position	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung
	Mitgliederbeiträge	70'000	70'000	70'000	70'000	70'000	70'000
	Kantonsbeitrag	600'000	800'000	600'000	800'000	600'000	800'000
	Dienstleistungserträge	33'000	33'000	33'000	33'000	33'000	33'000
	Dritterträge /Gästeinfo /-attraktionen	135'000	135'000	135'000	135'000	135'000	135'000
	Kommissionen / Partneraktionen	210'000	210'000	210'000	210'000	210'000	210'000
	Genusswoche	140'000	140'000	140'000	140'000	140'000	140'000
	Total Ertrag	1'188'000	1'388'000	1'188'000	1'388'000	1'188'000	1'388'000
Aufwand	Position	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung	Variante Basis Grundauftrag	Variante Weiterentwicklung
	Geschäftsstelle	155'200	155'200	155'200	155'200	155'200	155'200
	Einkauf Dienstleistungen	59'500	59'500	59'500	59'500	59'500	59'500
	Organe	40'000	40'000	40'000	40'000	40'000	40'000
	Informations- und Mitgliederdienste	137'500	137'500	142'500	142'500	147'500	147'500
	Kommunikation	424'000	625'500	418'000	620'500	413'000	615'500
	Strat. Geschäftsfelder / Projekte	326'500	326'500	326'500	326'500	326'500	326'500
	Netzwerk / Gremien	37'500	37'500	37'500	37'500	37'500	37'500
	Sonstiger Aufwand	5'000	5'000	5'000	5'000	5'000	5'000
	Total Aufwand	1'185'200	1'386'700	1'184'200	1'386'700	1'184'200	1'386'700
	Operatives Ergebnis	2'800	1'300	3'800	1'300	3'800	1'300
	Finanzerfolg, a.o. & periodenfremder Erfolg	-200	-200	-200	-200	-200	-200
	Jahresergebnis	2'600	1'100	3'600	1'100	3'600	1'100
	Vereinskapital 01.01.	33'906	33'906	36'506	35'006	40'106	36'106
	Vereinskapital 31.12.	36'506	35'006	40'106	36'106	43'706	37'206

7 Finanzierungsantrag 2025 - 2028

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

Der Vorstand beantragt die Variante Weiterentwicklung umzusetzen und demzufolge folgende Betriebsbeiträge:

Jahr	Variante Weiterentwicklung, Betriebsbeitrag in CHF / Jahr
2025	800'000
2026	800'000
2027	800'000
2028	800'000

Die zusätzlichen Mittel von CHF 200'000 / Jahr sollen konkret wie folgt eingesetzt werden:

- 1 Stelle Online-Marketing/Kommunikation, Vollkosten, CHF 125'000
- Media-Budget, verstärkte Marketing-Massnahmen, CHF 75'000

Begründung:

- Aus der Studie der FHGR ist zu entnehmen, dass die Weiterverfolgung der Vision «Weiterentwicklung zur Kurzferienregion» gestützt wird. Die Studie der FHGR zeigt weiter, dass Baselland Tourismus effektiv und effizient mit den Mitteln umgeht. Das Potenzial weiterer Effizienzsteigerungen ist ausgeschöpft.
- Aus Sicht der Studienautoren empfiehlt es sich, an der Vision der Kurzferienregion für mindestens vier weitere Jahre festzuhalten und diese in der Leistungsperiode 2025 – 2028 weiterzuführen. Eine weitere Fokussierung kann helfen, die strategischen Geschäftsfelder noch konsequenter auf dieses Ziel auszurichten.
- Der Kantonsbeitrag beträgt seit dem Jahr 2001 CHF 600'000 / Jahr. Ein Blick auf den Teuerungsrechner des Bundes zeigt, dass die Teuerung von 2001 – 2024 13,4% beträgt, was einem Beitrag von CHF 80'400 entspricht.
- Gasttaxenerträge dürfen im Kanton Basel-Landschaft nicht für Werbemassnahmen eingesetzt werden. Gerade für die touristische Vermarktung im Freizeitbereich und in der Markenbildung braucht es weitere Ressourcen (siehe Grobplanung Aktivitäten 2025 – 2028 und Studie FHGR).
- Baselland Tourismus ist sich bewusst, dass der Verein und die Mitglieder auch einen Beitrag bezüglich der Ressourcen leisten müssen. Im letzten Jahr wurde beispielsweise das neue Mitgliederkonzept ausgearbeitet, dass an der Mitgliederversammlung vom Ende Mai 2024 abgesegnet werden soll. Zudem konnten die Einnahmen aus Kommissionen und Partneraktionen laufend erhöht werden.

Ku, 20.03.2024