

Vorlage an den Landrat

Ausgabenbewilligung für die Abgeltung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Basel-land Tourismus für die Jahre 2025–2028

2024/437

vom 25. Juni 2024

1. Übersicht

1.1. Zusammenfassung

Der Kanton schliesst mit dem Verein Baselland Tourismus auf Basis des Tourismusgesetzes¹ seit 2003 jeweils 4-jährige Leistungsvereinbarungen ab. Für die laufende Leistungsvereinbarung 2021–2024 hat der Landrat im Jahr 2020 Beiträge an Baselland Tourismus von 2,4 Millionen Franken beschlossen. Mit dieser Vorlage beantragt der Regierungsrat dem Landrat wiederum eine Ausgabenbewilligung für die Abgeltung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Baselland Tourismus für die Jahre 2025–2028 im Umfang von 2,4 Millionen Franken. Dies auch auf der Grundlage der positiven Beurteilung der Leistungen von Baselland Tourismus in den Jahren 2021–2024 durch die externe Evaluatorin Fachhochschule Graubünden (FH GR)² und die kantonalen touristischen Leistungserbringer. Gemäss einer Umfrage der FH GR sind die Zufriedenheit und das Vertrauen der touristischen Akteure in Baselland Tourismus hoch.

Die Analyse der FH GR ergibt ein umfassendes Bild zum aktuellen Stand des Tourismusgewerbes im Kanton und zur Entwicklung in den letzten Jahren. Gemäss den Kennzahlen hat die strategische Neuausrichtung bei Baselland Tourismus, die erst seit knapp drei Jahren verfolgt wird, bis anhin noch keine nachhaltige Trendumkehr bei den Logiernächten, der Wertschöpfung oder der Beschäftigung bewirkt. Die FH GR weist jedoch darauf hin, dass die Auswirkungen auf Kurzferien-gäste in der aktuellen Leistungsperiode noch nicht abschliessend beurteilt werden können, u. a. auch wegen Einflüssen der COVID-19-Pandemie. Erfreulich ist, dass die Logiernächte im Kanton Basel-Landschaft 2023 nahezu wieder das Vorkrisenniveau erreicht haben.

Der Regierungsrat befürwortet die Schlussfolgerung der Tourismusexperten der FH GR, dass es aus langfristiger Optik für den Baselbieter Tourismus sinnvoll ist, an der Vision «Kurzferienregion» festzuhalten. Es handelt sich um ein sehr ambitioniertes Ziel, das aber mit gezielten Anpassungen, wie sie die FH GR vorschlägt, realisierbar ist.

Der Regierungsrat beauftragt die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion in Zusammenarbeit mit dem Verein Baselland Tourismus, auf Grundlage der Empfehlungen der FH GR Anpassungen für die neue Leistungsperiode 2025–2028 vorzunehmen.

Der Verein Baselland Tourismus hat am 21. März 2024 die Offerte «Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025–2028» beim Kanton eingereicht und unterschiedliche Finanzierungsvarianten erarbeitet. Der Regierungsrat hat die Varianten geprüft: (1) «Weiterentwicklung» mit einem Betriebskostenbeitrag von 3,2 Millionen Franken, (2) «Basis/Grundauftrag» mit einem Betriebskostenbeitrag von 2,4 Millionen Franken und (3) «Stärkere Fokussierung» mit einem Betriebskostenbeitrag kleiner als 2,4 Millionen Franken.

Der Regierungsrat empfiehlt dem Landrat, die Variante «Basis/Grundauftrag» mit einem Betriebskostenbeitrag von unverändert 2,4 Millionen Franken zu beschliessen.

Die folgenden Gründe sind ausschlaggebend für die Empfehlung:

- Die externe Evaluation zeigt, dass Baselland Tourismus die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel effizient einsetzt. Eine Betriebskostenbeitragskürzung müsste mit einer Leistungsreduktion einhergehen.
- Mit der Variante «Basis/Grundauftrag» kann Baselland Tourismus den eingeschlagenen Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion (2–3 Übernachtungen in der Region) erfolgreich weiterführen. Dies bestätigt auch die Einschätzung der FH GR.

¹ [SGS 503](#)

² Die FH GR hat im Rahmen eines Studienauftrags «Tourismusförderung im Kanton Basel-Landschaft» die Evaluation und eine umfassende Analyse des Tourismusstandorts Baselland erarbeitet.

- Es gibt im Kanton weitere Unterstützungsinstrumente für den Tourismus: Mit der Neuen Regionalpolitik NRP stehen seit Anfang 2024 zusätzliche Mittel für Tourismusprojekte im ländlichen Raum des Kantons zur Verfügung. Zudem stehen mit den Einnahmen aus der Gasttaxe weitere Mittel für Projekte und Gästeinformationen zur Verfügung.
- Die Kantonsfinanzen sind unter Druck. Aufgrund der finanzpolitischen Herausforderungen müssen Kosteneinsparungen in verschiedenen Bereichen ergriffen werden. Eine Erhöhung der kantonalen Betriebskostenbeiträge an Baselland Tourismus ist unter diesen Umständen derzeit weder realistisch noch angemessen.

Die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion wird in Zusammenarbeit mit Baselland Tourismus eine Leistungsvereinbarung für die Jahre 2025–2028 gemäss der Variante «Basis/Grundauftrag» erarbeiten.

1.2. Inhaltsverzeichnis

1.	Übersicht	2
1.1.	Zusammenfassung	2
1.2.	Inhaltsverzeichnis	4
2.	Bericht	5
2.1.	Ausgangslage	5
2.2.	Ziel der Vorlage	5
2.3.	Erläuterungen	5
2.3.1.	<i>Einleitende Bemerkungen</i>	5
2.3.2.	<i>Evaluation der Leistungsvereinbarung 2021–2024</i>	5
2.3.3.	<i>Analyse Tourismusstandort Basel-Landschaft</i>	7
2.3.4.	<i>Handlungsempfehlungen FH Graubünden für den Kanton</i>	12
2.3.5.	<i>Handlungsempfehlungen FH Graubünden an Baselland Tourismus</i>	13
2.3.6.	<i>Der Regierungsrat beauftragt die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion in Zusammenarbeit mit dem Verein Baselland Tourismus, die folgenden Empfehlungen der FH GR Anpassungen bei der Erarbeitung der neuen Leistungsvereinbarung 2025–2028 zu berücksichtigen.</i>	13
2.3.7.	<i>Würdigung durch den Regierungsrat</i>	14
2.3.8.	<i>Offerte von Baselland Tourismus für die Tourismusförderung 2025–2028</i>	15
2.3.9.	<i>Geprüfte Varianten und Empfehlung des Regierungsrats</i>	16
2.3.10.	<i>Leistungsvereinbarung 2025–2028 mit Baselland Tourismus</i>	18
2.4.	Strategische Verankerung / Bezug zum Regierungsprogramm (Referenz-Nr.) oder zur Langfristplanung	19
2.5.	Rechtsgrundlagen; Finanzreferendum	19
2.6.	Finanzielle Auswirkungen	20
2.7.	Finanzhaushaltsrechtliche Prüfung	22
2.8.	Regulierungsfolgenabschätzung (§ 4 KMU-Entlastungsgesetz und § 58 Abs.1 Bst. e und e ^{bis} Geschäftsordnung Landrat)	22
3.	Anträge	23
3.1.	Beschluss	23
4.	Anhang	23

2. Bericht

2.1. Ausgangslage

Der Landrat hat am 19. Juni 2003³ das Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismugesetz)⁴ beschlossen. Mit dem Tourismugesetz wurde die Rechtsgrundlage geschaffen, dass der Kanton breit abgestützte, nicht gewinnorientierte Tourismusorganisationen mit Beiträgen unterstützen kann. Voraussetzung ist, dass eine unterstützte Tourismusorganisation kantonale Bedeutung aufweist, auf eine längerfristige Tätigkeit ausgerichtet ist und nicht nur einzelne Teile des touristischen Angebotes abdeckt. Auf Basis dieser gesetzlichen Grundlage schliesst der Kanton mit dem Verein Baselland Tourismus (BL-T) seit 2003 jeweils 4-jährige Leistungsvereinbarungen ab.

Die Finanzierung der Beiträge für die laufende Leistungsvereinbarung 2021–2024 wurde mit der Vorlage [2020/400](#) beantragt und am 19. November 2020 vom Landrat beschlossen. Es wurde ein Beitrag von 2'400'000 Franken bewilligt, welcher in Jahrestanchen von jeweils 600'000 Franken ausbezahlt wurde.

2.2. Ziel der Vorlage

Mit der Vorlage beantragt der Regierungsrat dem Landrat eine Ausgabenbewilligung für die Abgeltung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Baselland Tourismus für die Jahre 2025–2028 im Umfang von 2'400'000 Franken.

2.3. Erläuterungen

2.3.1. Einleitende Bemerkungen

Gemäss § 6 Tourismugesetz ist der Regierungsrat verpflichtet, dem Landrat über die wirksame Verwendung der Mittel zu berichten, wenn neue Beiträge beantragt werden. Der in der Vergangenheit beschrittene Weg, die Leistung von Baselland Tourismus durch eine externe Organisation evaluieren zu lassen, hat sich bewährt. Die Universität St. Gallen hat in den Jahren 2012, 2016 und 2020 die Evaluationsberichte erstellt.

Studienauftrag «Tourismusförderung im Kanton Basel-Landschaft»

Die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion hat die Evaluation für die laufende Periode mittels Einladungsverfahren neu vergeben. Die Ausschreibung des Studienauftrags «Tourismusförderung im Kanton Basel-Landschaft» beinhaltete neben der Evaluation (Teilbericht A) zusätzlich eine Analyse des Tourismusstandorts Baselland (Teilbericht B), eine Kurzüberprüfung der strategischen Ausrichtung (Teilbericht C) und Empfehlungen für die nächste Förderperiode 2025–2028 (Teilbericht D). Der Zuschlag ging an das Institut für Tourismus und Freizeit der Fachhochschule Graubünden (FH GR). Die Teilberichte der FH GR dienen als Grundlage für die Erarbeitung dieser Vorlage.

2.3.2. Evaluation der Leistungsvereinbarung 2021–2024

Teilbericht A der FH GR beinhaltet die Evaluation der Leistung des Vereins Baselland Tourismus 2021–2024. Im Folgenden werden die Ergebnisse zusammenfassend aufgezeigt.⁵

Die Leistungsvereinbarung 2021–2024 zwischen dem Kanton und dem Verein Baselland Tourismus beinhaltet drei Bereiche:

- Grundauftrag mit neun Aufgabenfeldern
- Vision und sieben strategische Geschäftsfelder

³ [Protokoll der Landratssitzung vom 19. Juni 2003](#)

⁴ [SGS 503](#)

⁵ Der vollständige Teilbericht A ist als Anhang beigelegt.

- Vier spezifische Zielsetzungen

Grundauftrag mit neun Aufgabenfeldern

Die FH GR kommt zum Schluss, «[...] *dass Baselland Tourismus die überwiegende Mehrheit des Grundauftrags erfolgreich umsetzt und von seinen Mitgliedern als kompetente und effiziente Organisation wahrgenommen wird.*» Und weiter: «*Dieser Fokus auf Effizienz und Effektivität spiegelt sich auch in dem qualitativen Feedback und in den Interviews wider, wo der Einsatz von Baselland Tourismus wiederholt gelobt wird. Gleichzeitig wird anerkannt, dass Baselland Tourismus das Beste aus den limitierten Mitteln macht.*»

Das Aufgabenfeld «Unterstützung der Beherbergungsbetriebe» wird als teilweise erfüllt taxiert. Die FH GR schreibt dazu: «*Die im Grundauftrag genannte Unterstützung von Beherbergungsbetrieben durch geeignete Kommunikationsmassnahmen und das Anbieten von Plattformen für Direktbuchungen wurde nur teilweise erreicht. Plattformen für Direktbuchungen haben für die Branche keine Priorität, da Buchungen entweder direkt beim Betrieb eingehen oder über Online Travel Agencies (OTA) eingehen. Es stellt sich daher die Frage, ob die Fokussierung im Grundauftrag den Bedürfnissen der Branche entspricht.*»

Insgesamt beurteilt die FH GR 8 von 9 Aufgabenfeldern als «erfüllt» und eines als «teilweise erfüllt».

Vision und sieben strategische Geschäftsfelder

In der Leistungsvereinbarung wird festgehalten, dass BL-T mit der professionellen Bewirtschaftung von Geschäftsfeldern zur Steigerung der Bekanntheit und damit zur Wertschöpfung im Kanton beitragen soll. BL-T fokussierte in den Jahren 2021–2024 auf die strategischen Geschäftsfelder «Aktiv erholen», «Entdecken und erleben», «Geniessen», «Austausch und lernen», «Übernachten», «Mitglieder» und «Marketing / Kommunikation». Die FH GR kommt zu folgendem Schluss: «*Baselland Tourismus hat im Zeitraum von 2021 bis Herbst 2023 diverse Aktivitäten/Produkte und Massnahmen in den strategischen Geschäftsfeldern weitergeführt oder neu initiiert. Inwiefern die Bearbeitung der strategischen Geschäftsfelder «zur Steigerung der Bekanntheit und damit zur Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Basel-Landschaft» beitragen, kann quantitativ nicht beurteilt werden. Qualitativ lässt sich jedoch festhalten, dass die strategischen Geschäftsfelder intensiv bearbeitet werden.*»

Hinsichtlich Vision wird in der Leistungsvereinbarung festgehalten, dass BL-T im Sinne einer langfristigen Bestrebung Baselland zu einer beliebten Kurzferienregion weiterentwickeln will. Gemäss FH GR fand die Positionierung als Kurzferienregion primär durch die Stärkung der Geschäftsfelder «Aktiv erholen», «Entdecken und erleben» und «Geniessen» statt. Im Weiteren weist die FH GR darauf hin, dass die strategische Ausrichtung als Kurzferienregion gemäss der Umfrage grossen Rückhalt bei den touristischen Leistungserbringern geniesst.

Vier spezifische Zielsetzungen

In der Leistungsvereinbarung 2021–2024 hat der Kanton mit dem Verein Baselland Tourismus folgende spezifischen Ziele vereinbart:

1. Ausschreibung der operativen Geschäftsführung: Baselland Tourismus schreibt die operative Geschäftsführung gemäss den gesetzlichen Grundlagen des kantonalen Beschaffungsrechts aus. Termin 31. Dezember 2021.
2. ESAF 2022: Baselland Tourismus prüft mit dem Veranstalter die Möglichkeit, die Destination und die lokalen/regionalen Leistungsträger mittels Standauftritt physisch vor Ort zu präsentieren. Das Kosten-/Nutzenverhältnis ist dabei zu beachten. Der Kanton wird darüber informiert. Termin: 26. August 2022.

3. Themen- und Erlebniswege (vgl. [Postulat 2018/916](#)): Bis Ende 2024 wird ein Themenweg mit schweizweiter Ausstrahlung im Kanton Basel-Landschaft eröffnet.
4. Aufbau von buchbaren Packages: Baselland Tourismus überprüft die Möglichkeiten und Potenziale von buchbaren Packages zusammen mit ausgesuchten Leistungspartnern. Bis Ende 2024 sind 6 Angebote buchbar.

Die Ausschreibung der Geschäftsführung wurde termingerecht erledigt. Gemäss dem Urteil der FH GR hat Baselland Tourismus die Plattform ESAF gut genutzt. Im Verhältnis zum Publikumsaufmarsch am ESAF erscheinen die eingesetzten Mittel als angemessen. Insgesamt wurde somit auch das Ziel 2 ESAF erreicht. Das Ziel 3 Themen- und Erlebnisweg wurde nur teilweise erreicht. Positiv ist festzuhalten, dass mittels der Karten-Applikation «Outdooractive» eine bessere Sichtbarmachung der bereits vorhandenen Themen- und Erlebniswege stattgefunden hat. Auch ist konzeptionell der Aufbau von vier möglichen neuen Themenwegen aufgegleist. Allerdings ist die Eröffnung eines Themenweges im Zeitraum 2021–2024 noch nicht erfolgt. Der Aufbau von buchbaren Packages (Ziel 4) wurde erreicht. Es wurden in den letzten Jahren mehrere Events und Angebote buchbar gemacht. Im Jahr 2024 werden buchbare «Klassiker» aufgebaut, welche über einen längeren Zeitraum bestehen bleiben sollen.

2.3.3. Analyse Tourismusstandort Basel-Landschaft

Im Teilbericht B analysierte die FH GR den Tourismusstandort Baselland.⁶ Im Fokus stehen quantitative und qualitative Erkenntnisse zu den Stärken und Schwächen (IST-Analyse) und zur Entwicklung der letzten Jahre. Auf Basis der IST-Erkenntnisse und unter Berücksichtigung einer Umfeld- und Trendanalyse entwickelte die FH GR zukünftige Chancen und Potenziale sowie Herausforderungen und Risiken für den Tourismusstandort Baselland.

In den folgenden Abschnitten werden Kennzahlen und Aussagen der FH GR zusammenfassend dargestellt. Für ausführliche Informationen und sämtliche Quellenangaben wird auf den Teilbericht B verwiesen.

Angebotsanalyse

Im Kanton Basel-Landschaft gibt es 48 geöffnete Hotel- und Kurbetriebe (2023). Wie in den Nachbarkantonen Aargau, Solothurn und Jura ist auch in Baselland die Anzahl der Betriebe in den letzten zehn Jahren zurückgegangen (2013: 55 Hotel- und Kurbetriebe im Kanton BL). Im Kanton Basel-Stadt hat die Zahl der Hotelbetriebe leicht zugenommen. Das Bettenangebot im Kanton BL ging analog zu den Betrieben bis 2020 stetig zurück. Im vergangenen Jahr kamen dank zwei Neueröffnungen neue Hotelbetten dazu. Dadurch hat das Bettenangebot zwischen 2013 und 2023 insgesamt um 4,8 % zugenommen. Auch in den umliegenden Kantonen Basel-Stadt (+45,2 %), Solothurn (+19,8 %) und Aargau (+8,4 %) ist das Bettenangebot gestiegen. Im Kanton Jura ist das Bettenangebot rückläufig.

Die durchschnittliche Betriebsgrösse im Kanton BL beträgt 54 Betten pro Betrieb (2023). Kleinstrukturierter sind die Betriebe in den ländlichen Bezirken Waldenburg, Laufen und Sissach. Gesamthaft lässt sich feststellen, dass die durchschnittliche Betriebsgrösse seit 2013 gestiegen ist. Die gilt auch für die umliegenden Kantone, insbesondere aber für Basel-Stadt (von 104 auf 148 Betten pro Betrieb).

Im Kanton BL haben nur 12 von den 48 Hotel- und Kurbetrieben eine offizielle Sterneklassifizierung, 75 % der Betriebe sind nicht klassifiziert, was im Vergleich zur Gesamtschweiz (58,7 %) sehr hoch ist.

⁶ Der vollständige Teilbericht B ist als Anhang beigelegt.

Angebote in der Parahotellerie wie Ferienwohnung, Camping, Bed and Breakfast (B&B), Reisemobilstellplätze usw. werden statistisch nur lückenhaft und oft nicht auf Kantonebene erhoben. Im Kanton BL gibt es derzeit gemäss der Plattform von «BnB Switzerland» rund 41 B&B-Angebote. In der Region Basel (BL & BS) gibt es vier Campingangebote, gegenüber sechs im Jahr 2013. Ein deutlicher Rückgang (-33,7 %) des Angebots zeigt sich auch bei den Stellplätzen: Von 508 Plätzen (2013) auf lediglich 337 Plätze (2022). Auffallend ist, dass die Zahl der Campingstellplätze in der Region Aargau & Solothurn im gleichen Zeitraum um 39 % zugenommen hat. Im Kanton BL ist auch das Angebot von Reisemobilstellplätzen ausserhalb von Campingplätzen im Kantonsvergleich tief (4 Standorte mit 13 Stellplätzen). Im Kanton Aargau gibt es 14 Angebote mit 41 Stellplätzen, im Kanton Solothurn 10 Angebote mit 61 Stellplätzen und im Kanton Jura 12 Angebote mit 85 Stellplätzen.

Im Kanton BL gibt es rund 501 gastronomische Betriebe (Jahr 2021). Das Angebot blieb in den letzten Jahren und auch während der COVID-19-Pandemie sehr stabil. Das Angebot an Gourmetrestaurants (Michelin-Sterne, Gault & Millau) ist im Kanton BL im Vergleich zu Solothurn und dem Aargau eher gering. Das gastronomische Angebot ist auf einheimische Gäste ausgerichtet und zeigt keine ausgeprägten Schwankungen im Jahresverlauf.

Zu den touristischen Angeboten liegen keine strukturierten Daten vor. Daher ist die Beurteilung der FH GR vor allem qualitativer Natur. Die Römerstadt Augusta Raurica wird als Leuchtturm mit nationaler Ausstrahlung bezeichnet. Velo- und Wanderrouten sind von grosser Bedeutung. Es gilt, die Angebote wie E-Bike Infrastrukturen über geeignete Plattformen schweizweit bekannt zu machen. Für die FH GR ist auffallend, dass mit einigen Ausnahmen (lokale Museen, Z7 Konzertfabrik, Bäder) keine grösseren Indoor-Angebote vorhanden sind. Dies steht im Kontrast zu urbanen Zentren, welche eine Vielzahl von kulturellen Indoorangeboten (Konzerte, Theater, Kongresse, Messen, Festivals usw.) vorweisen können.

Nachfrageanalyse

Übernachtungsgäste aus Europa sind das wichtigste **Gästesegment** für den Baselbieter Tourismus. Die Analyse der Logiernächte bei Hotel- und Kurbetrieben zeigt, dass eine deutliche Mehrheit der Gäste aus der Schweiz stammt (67,1 %), gefolgt von Gästen aus Deutschland, den Niederlanden und Italien. In den letzten zehn Jahren hat sich die Zusammensetzung der europäischen Gäste nur marginal verändert. Auffallend ist die Zunahme der Logiernächte durch niederländische Gäste, insbesondere seit 2020. Anteilsmässig relativ unbedeutend sind Übernachtungsgäste aus Amerika (Anteil von 4,6 %), dem asiatischen Raum (3,5 %), Australien/Ozeanien (0,1 %) und Afrika (0,1 %).

Der Kanton BL hat aufgrund der COVID-19-Pandemie im kantonalen Vergleich einen überdurchschnittlich hohen Rückgang der **Logiernächte** in Hotel- und Kurbetrieben hinnehmen müssen. Der Rückgang in 2020, verglichen mit 2019, betrug im Kanton BL -47,6 %. Nur städtische Kantone wie Basel-Stadt (-61,7 %) verzeichneten noch grössere Einbrüche. Im Kanton BL haben die Logiernächte bereits in den Jahren vor der Pandemie abgenommen oder stagniert. Die umliegenden Kantone Aargau, Solothurn und Basel-Stadt konnten in diesen Jahren meistens Zuwächse erzielen. Die Erholung nach Corona verläuft im Kanton BL harziger als in anderen Kantonen. Wie eine Analyse vom Amt für Daten und Statistik⁷ zeigt, entwickelten sich die Übernachtungszahlen aber insbesondere in 2023 sehr erfreulich und es wurden 275'134 Logiernächte generiert. Trotzdem liegen die Logiernächte im Kanton BL um 2,9 % unter dem Niveau von 2019. In der Gesamtschweiz wurde das Vor-Corona-Niveau 2023 um 8,2 % übertroffen.

Die unterdurchschnittliche Entwicklung der Logiernächte im Kanton BL wirkt sich auch negativ auf die **Marktanteile** aus. 2013 entfielen 0,8 % aller Logiernächte in der Schweiz auf den Kanton BL.

⁷ [Webartikel](#) vom 14. März 2024, Hotellerie 2023: «Baselbieter Hotellerie erholt sich weiter», aufgerufen am 6. Mai 2024

2022 betrug der Anteil 0,6 %. Die Kantone Aargau und Solothurn konnten in den letzten zehn Jahren ihre Marktanteile halten und Basel-Stadt deutlich ausbauen (+0,3 %). Die Kantone Appenzell-Ausserrhoden (0,30 %) und Appenzell-Innerrhoden (0,46 %) sowie Glarus (0,36 %), Schaffhausen (0,35 %) und Jura (0,30 %) weisen kleinere Anteile als BL auf.

Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** in Hotel- und Kurbetrieben im Kanton BL beträgt 1,9 Nächte (Jahr 2022). Das ist vergleichbar mit den umliegenden Kantonen. Auch gibt es im 10-Jahresvergleich kaum grössere Veränderungen bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer.

Die **Nettobettenauslastung** in den Baselbieter Hotel- und Kurbetrieben beträgt 30,1 % (Jahr 2022). Die Auslastung in Basel-Stadt (38,7 %), Aargau (37,0 %) und Solothurn (33,3 %) ist höher, im Jura (22,0 %) tiefer. Im Jahr 2013 war die Bettenauslastung im Kanton BL 2 %-Punkte höher.

Im Jahr 2022 wurden im Kanton BL 51'744 Übernachtungen in der **Parahotellerie** generiert. Die verfügbaren Daten zeigen, dass in der Region Basel (BL & BS) die Übernachtungen auf Campingplätzen in den letzten zehn Jahren um 7 % auf 12'467 zurückgegangen sind. Schweizweit hat sich die Nachfrage in dieser Zeit verdoppelt. Die Baselbieter Campingbetriebe konnten in den letzten Jahren die Auslastung erheblich von 96,7 auf 108,4 Logiernächte pro Stellplatz steigern.

Wirtschaftlicher Impact

Die nominale **Wertschöpfung** im Baselbieter Tourismussektor beträgt rund 137 Millionen Franken pro Jahr (2022). Seit dem Höchststand im Jahr 2001 ging die Wertschöpfung um 35,8 % zurück. Der Anteil des Tourismus an der gesamten kantonalen Wertschöpfung nahm von 1,5 % (2001) auf 0,6 % (2022) ab. Auch in anderen Kantonen und somit für die Schweiz insgesamt zeigt sich ein ähnliches Bild. Die Bedeutung des Tourismussektors, gemessen am Wertschöpfungsanteil, ging in der Schweiz von 2,5 % auf 1,5 % zurück.

Im Jahr 2022 waren im Kanton BL 3'700 Personen im Tourismussektor beschäftigt. Das entspricht rund 2'670 Vollzeitäquivalenten. Die **Beschäftigung** im Tourismus ging in den letzten Jahren kontinuierlich zurück.

Im Kanton BL sind die allermeisten touristischen Leistungsträger und Akteure **Kleinst- oder Kleinunternehmen**. Die Umfrage der FH GR zeigt einen Anteil von 60 % Mikrounternehmen (1–9 Beschäftigte) und 22,5 % kleinen Unternehmen (10–49 Beschäftigte). 13,7 % sind mittlere Unternehmen (50–249 Beschäftigte) und 3,5 % sind Grossunternehmen (mehr als 250 Beschäftigte).

Umfeldanalyse

Baselland Tourismus will den Kanton BL verstärkt als Kurzferienregion positionieren, ohne aber den Tagestourismus zu vernachlässigen. Als «Dachmarke» wird der Slogan «Baselland. Entdeckerland» verwendet. Kantone oder Tourismusdestinationen verfügen selten über eine einheitliche Markenbotschaft. Trotzdem kann der Vergleich mit den umliegenden Kantonen helfen, die Qualitäten des Standorts Baselland zu schärfen und gezielter zu vermarkten.

Die FH GR hat für die Umfeldanalyse die Marketingstrategien der Kantone Solothurn, Aargau, Jura und Basel-Stadt berücksichtigt. Es zeigen sich dabei mehrere Gemeinsamkeiten: In allen Kantonen liegt ein Fokus auf dem kulturellen Erbe und den kulinarischen Genüssen. Die ländlichen Kantone spielen die Schönheit der Natur und die vielfältigen Freizeit- und Outdoor-Aktivitäten aus. Es gibt aber auch klare spezifische Schwerpunkte in den Kantonen: Beispielsweise die internationale Architektur- und Kunstszene in Basel-Stadt oder der Mix von Erholung und Bildung im Aargau. In Bezug auf die Zielgruppen fällt auf, dass sich die prominentesten Angebote in allen Kantonen an erwachsene Personen richten. Die Zielgruppen Familien und Mehrgenerationen-Ausflüge werden in keiner kantonalen Strategie explizit erwähnt.

Trendanalyse

Es gibt diverse gesellschaftliche und wirtschaftliche Megatrends, welche den Tourismus generell, die Leistungsträger sowie die Rahmenbedingungen beeinflussen. Für die touristischen Akteure in Baselland besonders bedeutend sind dabei der inklusive und der barrierefreie Tourismus. Der Gesundheitstourismus (Achtsamkeitsreisen, Wellness-Angebote usw.) dürfte zunehmend an Beliebtheit gewinnen. In diesem Zusammenhang dürften die Silver Ager eine attraktive Zielgruppe darstellen. Auch die Individualisierung muss bei der Angebotsgestaltung verstärkt berücksichtigt werden. Ursprüngliche Naturerlebnisse und einzigartige Unterkünfte und Erfahrungen gewinnen an Bedeutung. Zukünftig dürfte auch die Verknüpfung von touristischen Angeboten mit Familien- und Offline-Zeit vermehrt nachgefragt werden.

SWOT-Analyse der Fachhochschule Graubünden

Stärken	Schwächen
<p>Saisonunabhängige Bewegung: Der Kanton Basel-Landschaft bietet ein Naherholungsgebiet, in dem sportliche Betätigung im Freien wie Wandern und Biken fast rund ums Jahr möglich ist.</p>	<p>Wenig Übernachtungsmöglichkeiten: Im Vergleich zu anderen Kantonen bietet der Kanton Basel-Landschaft wenige Übernachtungsmöglichkeiten - sowohl in der Hotellerie als auch in der Parahotellerie. Hinzu kommt, dass das Angebot an höheren Sternenhôtels eher gering ist.</p>
<p>Hohe Erreichbarkeit: Der Kanton Basel-Landschaft befindet sich an einer wichtigen Verkehrsachse und hat ein grosses Einzugsgebiet. Innerhalb des Kantons sind auch kleine Ortschaften sehr gut via ÖV erreichbar.</p>	<p>Wenig bekannte Marke: Baselland - Entdeckerland ist eine bisher eher unbekannte Marke und weckt keine klaren Assoziationen zu bestehenden Produkten (z. B. wie Basel-Stadt und Kunst, Appenzell mit Tradition und Graubünden mit Skifahren und Biken). Eine klare Positionierung muss im Markt erst noch etabliert werden.</p>
<p>Geschichte Erleben: Mit Augusta Raurica und seiner Burgenlandschaft bietet der Kanton Basel-Landschaft mehrere kulturelle und historisch relevante Highlights.</p>	<p>Kleine Akteure: Der Kanton verfügt über wenig grosse Leistungsträger. Von den kleinen Akteuren wird ein grosser Teil ehrenamtlich oder über das rege Vereinswesen getragen. Massenprodukte oder grosse Investitionen sind dementsprechend schwierig anzubieten.</p>
<p>Brauchtum und Kulinarik: Der Kanton Basel-Landschaft bietet sowohl kulturell (Fasnacht, viele kleine Museen etc.) als auch kulinarisch (Weinregion) interessante Veranstaltungen an.</p>	<p>Wenig Indoorangebote: Die prominentesten Angebote und Attraktionen des Kantons sind nicht für schlechtes Wetter geeignet. Dadurch entsteht auch ein Kontrast zu den tagestouristischen Angeboten der Nachbarkantone wie Basel-Stadt (z. B. Konzerte, Messen, Theater, Indoor Sport, etc.).</p>

Potenziale & Chancen	Herausforderungen & Risiken
<p>Stärkung Parahotellerie: Die gute Erschliessung bietet die Gelegenheit</p>	<p>Rückläufige Entwicklung bei Übernachtungsgästen:</p>

<p>zur Ausweitung der bereits bestehenden Stellplatz-Initiative für Camper und Wohnwagen. Auch weitere Camping- und/oder Glamping-Angebote sind denkbar.</p>	<p>Die Anzahl der Logiernächte hat sich im Kanton Basel-Landschaft schlechter entwickelt als in den umliegenden Kantonen. Dies deutet darauf hin, dass zumindest kurzfristig das Angebot im Umland als attraktiver eingestuft wird.</p>
<p>Agrotourismus: Durch die vergleichsweise hohe Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe im Kanton Basel-Landschaft könnten Angebote in der Parahotellerie (bspw. Tiny Houses) oder Partnerschaften zwischen Landwirtschaftsbetrieben und bestehenden Gaststätten noch weiter ausgebaut werden.</p>	<p>Geringer Angebotsausbau: In den umliegenden Kantonen wird von Leistungsträgern viel investiert, um das touristische Angebot auszuweiten. Im Kanton Basel-Landschaft fehlt es jedoch kurz- bis mittelfristig an grossem Investoreninteresse.</p>
<p>Durchgangsverkehr im Drei-Länder Eck: Der Kanton Basel-Landschaft befindet sich an einer Transitachse und wird überdurchschnittlich oft durchfahren. Mit einfachen Massnahmen können die Sichtbarkeit gesteigert und Transitreisende abgeschöpft werden.</p>	<p>Schwierig schützbares USP⁸: Angebote, welche den Kanton Basel-Landschaft als Tourismusstandort attraktiv machen, finden sich auch in anderen schweizerischen Tourismusregionen (bspw. unberührte Natur, Bike-Trails, Wanderwege, Burgen, Weinberge etc.). Dementsprechend ist es schwierig, eine einzigartige Markenidentität auszubilden.</p>
<p>Relativ viele Gastronomiebetriebe: Der Kanton Basel-Landschaft verfügt über eine vergleichsweise hohe Anzahl an Gastronomiebetrieben, welche auch während der COVID-19-Pandemie nicht drastisch reduziert wurde. Zusammen mit Events wie der Genusswoche ist Kulinarik ein wichtiges Angebot.</p>	

In einem «Matching» kommen die Tourismusexperten der FH GR zu den folgenden Erkenntnissen:

- **Stärken ausspielen, um Chancen zu nutzen:** Dank dem stabilen Klima und einem saisonunabhängigen Angebot ist die Promotion der Parahotellerie attraktiv, da höhergelegene oder urbanere Regionen nicht das ganze Jahr attraktive Stellplätze fürs Camping oder spezifische Agrotourismusangebote anbieten können. Die Positionierung des «Entdeckerlandes», welches die erlebbare Geschichte ins Zentrum stellt, passt zudem zum diversen, jedoch kleingliedrigen Gastronomieangebot unter dem Motto «Kulinarik entdecken».
- **Schwächen, welche durch Risiken erweitert werden:** Die rückläufige Entwicklung in den Logiernächten, gekoppelt mit dem geringen Angebotsausbau – besonders im Vergleich mit Nachbarkantonen – führt dazu, dass die Marke Baselland bisher kein überregionales Profil gewinnen konnte. Da viele der Leistungsträger eher in die Kategorie der kleinen und Mikrounternehmen fallen, hat der Kanton bisher auch wenig einzigartige Angebote, welche ihn von anderen Kantonen abheben könnten. Die geschichtliche, natürliche und kulturelle Vielfalt des Kantons kann genutzt werden, um eine solche Marke aufzubauen. Allerdings sind viele dieser Attraktionen schwierig schützbar bzw. führen nicht zu genügend Differenzierung zu anderen Destinationen.

⁸ Alleinstellungsmerkmale (unique selling proposition oder unique selling point)

- **Stärken nutzen, um Risiken zu reduzieren:** Der spezifische Mix aus bestehenden Angeboten und der guten Erreichbarkeit des Kantons machen die Positionierung als Kurzferienregion für Mehr-Generationen-Urlaub attraktiv. Langfristig könnte durch diesen Fokus auf ein Zielsegment eine einzigartige Positionierung der Marke «Entdeckerland» erreicht werden.
- **Schwächen, welche durch das Realisieren von Chancen gekippt werden könnten:** Das bestehende Angebot im Kanton Basel-Landschaft bietet eine sinnvolle Ergänzung zu dem Portfolio anderer Kantone. Entweder nach Branche (bspw. durch den Ausgleich des wegfallenden Bike-Angebots in Graubünden im Winter) oder nach Region (bspw. als Naherholungsgebiet für den Grossraum Basel-Stadt und Zürich). Eine vermehrte interkantonale Kollaboration stellt damit eine realistische Entwicklungschance dar. Partnerschaften mit etablierten Tourismusorten könnten dabei für beide Seiten interessant sein (bspw. Zusammenarbeit beim Thema Bike).

2.3.4. Handlungsempfehlungen FH Graubünden für den Kanton

Die FH GR hat folgende Empfehlungen an die kantonale Verwaltung gerichtet. Die Empfehlungen wurden geprüft und eine begründete Stellungnahme formuliert:

Empfehlung FH GR	Stellungnahme Verwaltung BL		
<p>Stärkung Hotellerie: Angesichts der kleinstrukturierten Hotellerie mit einer geringen Anzahl klassifizierter Betriebe ist eine Fokussierung auf Qualitätsverbesserung und Klassifizierung hilfreich. Dementsprechend sollte die Entwicklung hin zu weniger aber grösseren Betriebseinheiten aktiv unterstützt werden. Unterstützend dazu können bspw. Qualitätsprogramme lanciert werden, um eine vermehrte Klassifizierung der kantonalen Hotelbetriebe voranzutreiben.</p>	Einverstanden	Teilweise einverstanden	Nicht einverstanden
	<p>Begründung Der Regierungsrat nimmt zur Kenntnis, dass die Übernachtungsbetriebe im ländlichen Raum eher klein und vergleichsweise viele Betriebe nicht klassifiziert sind. Der Regierungsrat kann aber kein Marktversagen erkennen, welches eine staatliche Aktivität begründen würde. Es ist primär eine Aufgabe der diversen Branchenverbände, entsprechende Programme zu lancieren (bspw. Klassifikationsprogramm⁹ von HotellerieSuisse oder das Coaching-Programm¹⁰ von HotellerieSuisse und dem Seco).</p>		
	<p>Massnahmen keine</p>		
<p>Abbau bürokratischer Hürden: Besonders in Bezug auf den Vollzug respektive die Umsetzung des Gasttaxengesetzes empfiehlt es sich, den Prozess für Basel-Land Tourismus zu vereinfachen, so dass die Umsetzung von Kleinstprojekten nicht mehr durch den Regierungsrat, sondern durch eine tiefere Instanz oder sogar durch Baselland Tourismus selbst bewilligt und umgesetzt werden können.</p>	Einverstanden	Teilweise einverstanden	Nicht einverstanden
	<p>Begründung Die Empfehlung widerspricht dem Gasttaxengesetz¹¹ und den finanzhaushaltsrechtlichen Vorgaben: Zum einen obliegt es der Sorgfaltspflicht des Kantons Basel-Landschaft, eine zweckkonforme Verwendung der Gasttaxeneinnahmen sicherzustellen. Zum anderen wurden im Rahmen einer Revision der Finanzhaushaltsverordnung (Vo FHG)¹² per 1. Januar 2024 die Abläufe vereinfacht, indem neu sämtliche Ausgabenbewilligungen im Rahmen des Gasttaxenvollzugs auf Direktionsstufe und nicht mehr vom Regierungsrat erteilt werden (vgl. § 39 Abs. 2 Bst. f Vo FHG).</p>		

⁹ [Steuerungssystem und Qualitätskompass – die Klassifikation - HotellerieSuisse](#), aufgerufen am 8. Mai 2024

¹⁰ [Zielgerichtet in die Zukunft – mit dem Coaching-Programm - HotellerieSuisse](#), aufgerufen am 8. Mai 2024

¹¹ [SGS 548](#)

¹² [SGS 310.11](#)

	Massnahmen keine		
Beschilderung: Dies wird beispielsweise in Deutschland seit Jahren erfolgreich ausgebaut. Gab es im Jahr 2004 erst rund 300 sogenannter touristischer Unterrichtungstafeln (Schilder an Autobahnen, die Kultur-, Bau- und Bodendenkmäler, Welterbestätten der UNESCO, Naturdenkmäler, Natur- und Landschaftsschutzgebiete, Erholungs- und Freizeitgebiete oder -einrichtungen bewerben), waren es im Jahr 2022 schon mehr als 3'600 solcher Tafeln. Dieser ständige Ausbau der Beschilderung ist auf deren Effektivität zurückzuführen: Die überwiegende Mehrheit (96 %) deutscher Autobahnnutzer nahm Notiz von diesen Schildern. Auch später konnten sich noch viele der Befragten an die Schilder und deren Sehenswürdigkeiten erinnern. Am häufigsten erinnerten sie sich dabei an beworbene Landschaften und Bauwerke. Doch nicht nur für die Bewusstseins-schaffung sind touristische Unterrichtungstafeln relevant, denn knapp jeder sechste Befragte gab an, aufgrund der gesehenen Beschilderung schon mindestens einmal spontan die Autobahn verlassen zu haben, um die Sehenswürdigkeit zu besuchen. Nicht nur spontane Besuche sind relevant: Jeder zehnte Befragte gab zudem an, auf der Rückfahrt gezielt Sehenswürdigkeiten besucht zu haben, die auf der Hinfahrt wahrgenommen wurden und jeder dritte Befragte hatte eine Sehenswürdigkeit gezielt zu einem späteren Zeitpunkt aufgesucht (Gross & Fischer, 2018).	Einverstanden	Teilweise einverstanden	Nicht einverstanden
	Begründung Dem Regierungsrat ist die potenzielle Wirkung der touristischen Beschilderung bewusst. Entsprechend wurden seit 2018 gemäss der ASTRA-Weisung insgesamt acht touristische Hinweisschilder an den Hochleistungsstrassen A2 / A3 / A18 aufgestellt. Der Kanton hat zusammen mit Baselland Tourismus den Prozess «Gesuche für neue Hinweisschilder für touristische Sehenswürdigkeiten» aufgebaut und etabliert. Zentraler Schritt ist die Prüfung der touristischen Relevanz und Bedeutung der zu beschildernden Sehenswürdigkeit. Verantwortlich für die Prüfung ist der Vorstand von BL-T gemäss einem definierten Kriterienkatalog. Gemäss BL-T sind derzeit alle Sehenswürdigkeiten im Kantonsgebiet beschildert, welche einerseits die notwendige touristische Relevanz erfüllen und andererseits minimale Infrastrukturen wie Erreichbarkeit, Parkplätze, Verpflegungsangebot, sanitäre Einrichtungen vorweisen können.		
Massnahmen Keine zusätzlichen. Weiterführung des bisherigen Konzepts für die Beschilderung von Sehenswürdigkeiten im Kanton.			

2.3.5. Handlungsempfehlungen FH Graubünden an Baselland Tourismus

Der Regierungsrat beauftragt die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion in Zusammenarbeit mit dem Verein Baselland Tourismus, die folgenden Empfehlungen der FH GR bei der Erarbeitung der neuen Leistungsvereinbarung 2025–2028 zu berücksichtigen.

- **Fokusänderung in der Übernachtung:** Baselland Tourismus hat einen limitierten Einfluss auf das Angebot und den Erfolg der Hotellerie. Dementsprechend sollte der Fokus noch mehr auf das Sichtbarmachen der Angebote sowie das Bilden von Angebotspaketen gelegt werden. Die Promotion der bestehenden Übernachtungsmöglichkeiten ist dabei zweitrangig zur Promotion der möglichen Aktivitäten im Kanton.
- **Förderung der Parahotellerie:** Der Kanton Basel-Landschaft hat dank der Landwirtschaft und seinem hohen Durchreiseverkehr ein latentes Potenzial zur Abschöpfung von Campinggästen. Angesichts des Trends zu Campingferien bietet die Schaffung von Stellplätzen (inkl. Reisemobilstellplätze) kurzfristig die Chance, das Angebotsportfolio punktuell zu erweitern. Die Entwicklung entsprechender Infrastrukturen respektive die Unterstützung zur Schaffung solcher Anlagen sollte dabei in Betracht gezogen werden. Eine Entwicklung und Diversifizierung dieses

Angebots könnte kurz- bis mittelfristig neue Gästesegmente anziehen und so das Angebot der Hotellerie ergänzen.

- **Gastronomische Angebote:** Trotz eines stabilen gastronomischen Angebots gibt es Potenzial für weitere Spezialisierung und Hervorhebung einzigartiger kulinarischer Erlebnisse. Dies kann punktuell durch zusätzliche Events oder durch die Verknüpfung mit den Wanderangeboten geschehen (bspw. Wein- oder Genussstouren).
- **Gezielte Vermarktung an engere Tourismussegmente:** Die Anpassung an aktuelle Trends wie Gesundheits- und Nachhaltigkeitstourismus sowie die Entwicklung barrierefreier Angebote mit einem Fokus auf Mehr-Generationen-Urlaub stellt momentan eine gut abgegrenzte Positionierung dar. Obwohl alle umliegenden Kantone Angebote für Familien haben, ist der Fokus ihrer Hauptattraktionen eher auf ältere Gäste ausgerichtet. Der Kanton Basel-Landschaft verfügt mit gut erschlossenen Bike- und Wanderrouten, seinen Entdeckerangeboten um die Burgen & Schlösser sowie der Römerstadt Augusta Raurica bereits heute über ein starkes Familienangebot, welches sowohl jüngere als auch ältere Gäste anspricht.
- **Betonung der regionalen Identität und Kultur:** Eine Weiterentwicklung einzigartiger, kulturell geprägter Erlebnisse wie der Fasnacht oder der diversen gastronomischen Events unter dem Motto «Entdecken und erleben» kann helfen, den Kanton Basel-Landschaft respektive die Marke «Entdeckerland» von anderen Kantonen abzuheben. Standardisierte Rahmenprogramme wie bspw. Altstadtführungen in Liestal oder Laufen könnten durch Baselland Tourismus wiederum in Angebotspaketen verwendet werden.
- **Touristische Vermarktung und Markenbildung:** Eine gezielte touristische Vermarktung, die die verkehrsgünstige Lage des Kantons betont und auf spezielle Angebote für Durchreisende hinweist, kann die Bekanntheit und Anziehungskraft steigern.
- **Weitere Angebotsentwicklung für Tagesgäste:** Gezielte Angebote und Dienstleistungen, insbesondere an den viel befahrenen Wochenendtagen, können Reisende ansprechen und ihre Verweildauer erhöhen. Entsprechende Wünsche wurden auch in der Mitgliederumfrage geäußert und werden implizit anhand der Zustimmung für die strategische Ausrichtung als Kurzferienregion unterstützt.

2.3.6. *Würdigung durch den Regierungsrat*

Wie in den letzten Jahren zeigt sich, dass der Verein Baselland Tourismus und seine Arbeiten bei den touristischen Akteuren im Kanton geschätzt werden. Gemäss Umfrage der FH GR sind die Zufriedenheit und das Vertrauen hoch. Baselland Tourismus ist als effizienter Akteur in der Förderung des regionalen Tourismus etabliert. Wie die Überprüfung der FH GR zeigt, wurden die zwischen dem Kanton und dem Verein Baselland Tourismus vereinbarten Leistungen für die Jahre 2021 bis 2024 grossmehrheitlich erfüllt. Das gilt sowohl für die Leistungen im Grundauftrag als auch für die aktive Bewirtschaftung der strategischen Geschäftsfelder. Einige spezifische Zielsetzungen sind noch in Bearbeitung. Eine Realisierung im laufenden Jahr, und somit vor Ablauf der Beitragsperiode, ist realistisch. Aufgrund des Teilberichts A der FH GR sowie der Ergebnisse des jährlichen Controllings der Leistungsvereinbarung der Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion ist für den Regierungsrat die Leistungsvereinbarung 2021–2024 durch Baselland Tourismus erfüllt.

Die letzte umfassende Analyse zur touristischen Entwicklung im Kanton stammt von 2008. Eine vertiefte Bestandesaufnahme bietet sich somit an. Dies insbesondere auch aufgrund der strategischen Neuausrichtung von Baselland Tourismus: Im Oktober 2020 haben die Mitglieder des Vereins Baselland Tourismus der Weiterentwicklung vom Tagesausflug zu einer beliebten Schweizer Kurzferienregion zugestimmt.¹³ Somit steht nicht mehr nur der Tages- und Ausflugstourismus im

¹³ Vgl. Beilage Offerte Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025–2028 von Baselland Tourismus

Vordergrund, sondern das touristische Angebot soll die Gäste aus dem In- und Ausland dazu motivieren, 2 bis 3 Nächte in der Region zu verbringen. Die Marke «Baselland. Entdeckerland» wurde von Baselland Tourismus im Mai 2021 mit einer Kampagne lanciert¹⁴. Diese Marke soll die Positionierung als Kurzferienregion gezielt unterstützen.

Die Analyse der FH GR ergibt ein umfassendes Bild zum aktuellen Stand des Tourismusgewerbes im Kanton und zur Entwicklung in den letzten Jahren. Dabei muss berücksichtigt werden, dass die COVID-19-Pandemie einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung genommen hat. Der Regierungsrat nimmt zur Kenntnis, dass der Kanton einzigartige touristische Qualitäten aufweist und über Potenzial in verschiedenen Tourismussegmenten verfügt, namentlich beim Familien- und Sporturlaub. Die verfügbaren Kennzahlen deuten aber daraufhin, dass sich die vorhandenen touristischen Angebote zumindest bislang nicht positiv auf die Logiernächte auswirken, resp. dass die Angebote in anderen Regionen von Gästen als attraktiver eingestuft werden. Die Wertschöpfung und die Beschäftigung im Baselbieter Tourismus- und Gastgewerbe waren in den letzten Jahren rückläufig. Es mangelt an auswärtigen Kurzferiengästen. Die FH GR zeigt auf, dass die Hotellerie nur bedingt zum Ziel beiträgt, einen wertschöpfungsstarken Aufenthaltstourismus zu etablieren. Derzeit gibt es, insbesondere auch im ländlichen Raum, keine ausreichenden Übernachtungskapazitäten.

Gemäss den Kennzahlen hat die strategische Neuausrichtung bei Baselland Tourismus, die erst seit knapp drei Jahren verfolgt wird, bis anhin noch keine nachhaltige Trendumkehr bewirkt. Die FH GR weist darauf hin, dass die Auswirkungen auf Kurzferiengäste in der aktuellen Leistungsperiode noch nicht abschliessend beurteilt werden können, u. a. auch wegen Einflüssen der COVID-19-Pandemie.

Der Regierungsrat befürwortet die Schlussfolgerung der Tourismusexperten der FH GR, dass es aus langfristiger Optik für den Baselbieter Tourismus sinnvoll ist, an der Vision «Kurzferienregion» festzuhalten. Es handelt sich um ein sehr ambitioniertes Ziel, das aber mit gezielten Anpassungen, wie sie die FH GR vorschlägt, realisierbar ist.

Der Regierungsrat beauftragt die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion in Zusammenarbeit mit dem Verein Baselland Tourismus, auf Grundlage der Empfehlungen der FH GR Anpassungen für die neue Leistungsperiode 2025–2028 vorzunehmen.

2.3.7. *Offerte von Baselland Tourismus für die Tourismusförderung 2025–2028*

Der Verein Baselland Tourismus (BL-T) wurde vom Kanton eingeladen, eine Offerte (Angebot) für touristische Leistungen gemäss Tourismusgesetz einzureichen. BL-T hat am 21. März 2024 die Offerte «Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025–2028»¹⁵ bei der Standortförderung eingereicht. BL-T hat in der Offerte zwei Varianten erarbeitet: Die Variante «Basis/Grundauftrag» sieht unveränderte kantonale Betriebskostenbeiträge von jährlich 600'000 Franken vor. Die Variante «Weiterentwicklung» sieht eine Erhöhung der kantonalen Betriebskostenbeiträge um 33 Prozent auf jährliche 800'000 Franken vor. Die zusätzlichen Mittel werden für den Ausbau von Kommunikationsmassnahmen verwendet.

Mit Schreiben vom 27. März 2024 wurde BL-T von der Standortförderung gebeten, zusätzlich eine Variante «Stärkere Fokussierung des Leistungsauftrags» mit einer Mittelkürzung gegenüber 2021–2024 zu erarbeiten. Auslöser dafür war der Auftrag der Regierung an alle Direktionen, neue und laufende Aufgaben und Finanzierungsbeiträge zu überprüfen. BL-T hat am 13. April 2024 einen Zusatz¹⁶ nachgeliefert, in dem Fokussierungsmöglichkeiten skizziert und die Konsequenzen und Auswirkungen auf die Vision und Zielerreichung dargelegt wurden.

¹⁴ [Kampagne "Baselland. Entdeckerland."](#)

¹⁵ Die Offerte liegt als Anhang bei.

¹⁶ Der Zusatz zur Offerte liegt als Anhang bei.

Der Vorstand von Baselland Tourismus beantragt beim Kanton die Variante «Weiterentwicklung» und die Erhöhung der Betriebsbeiträge auf jährlich 800'000 Franken, resp. insgesamt 3,2 Millionen Franken für die Jahre 2025 bis 2028.

2.3.8. Geprüfte Varianten und Empfehlung des Regierungsrats

Der Regierungsrat hat folgende Varianten geprüft:

Variante	Betriebskostenbeitrag in Franken 2025–2028	Bemerkungen
Weiterentwicklung	3,2 Mio. (800'000 p.a.)	Der eingeschlagene Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion sollen verstärkt und beschleunigt werden. Dafür sind zusätzliche Marketingmassnahmen und demzufolge Ressourcen notwendig. Die zusätzlichen Mittel von 200'000 Franken p.a. sollen wie folgt eingesetzt werden (vgl. Offerte von BL-T): <ul style="list-style-type: none"> – 1 Stelle Online-Marketing/Kommunikation, Vollkosten, 125'000 Franken – Media-Budget, verstärkte Marketing-Massnahmen, CHF 75'000 Franken
Basis/ Grundauftrag	2,4 Mio. (600'000 p.a.)	Der eingeschlagene Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion sollen weitergeführt werden. Der Leistungsauftrag des Kantons an BL-T wird geschärft: <ul style="list-style-type: none"> – Der Auftrag, dass BL-T Beherbergungsbetriebe durch geeignete Kommunikationsmassnahmen und das Anbieten von Plattformen für Direktbuchungen unterstützen soll, wird aus dem Grundauftrag gestrichen (vgl. FH GR Teilbericht A). – BL-T soll prüfen, ob die Anzahl der strategischen Geschäftsfelder verkleinert und die Inhalte geschärft werden können (vgl. FH GR Teilbericht D). – Marketing- und Kommunikationsaktivitäten können bei BL-T nicht ausgebaut werden (vgl. Offerte von BL-T).
Stärkere Fokussierung	< 2,4 Mio. (< 600'000 p.a.)	Eine Reduktion der Mittel hätte zur Folge, dass personelle Ressourcen abgebaut werden müssen. Davon betroffen wären diverse Aufgaben im Grundauftrag, die Entwicklung neuer Angebote oder die Kürzung von Marketingaktivitäten. Der eingeschlagene Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion können nicht wie vorgesehen weitergeführt werden.

Der Regierungsrat empfiehlt dem Landrat, die Variante «Basis/Grundauftrag» mit einem kantonalen Betriebskostenbeitrag an den Verein Baselland Tourismus von unverändert 2,4 Millionen Franken für die Jahre 2025–2028 zu beschliessen.

Für den Regierungsrat sind die folgenden Gründe ausschlaggebend für die Empfehlung:

- Die externe Evaluation zeigt, dass Baselland Tourismus die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel effizient einsetzt. Eine Betriebskostenbeitragskürzung müsste mit einer Leistungsreduktion einhergehen.

- Mit der Variante «Basis/Grundauftrag» kann Baselland Tourismus den eingeschlagenen Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion (2–3 Übernachtungen in der Region) erfolgreich weiterführen. Dies bestätigt auch die Einschätzung der FH GR.
- Es gibt im Kanton weitere Unterstützungsinstrumente für den Tourismus: Mit der Neuen Regionalpolitik NRP stehen seit Anfang 2024 zusätzliche Mittel für Tourismusprojekte im ländlichen Raum des Kantons zur Verfügung. Zudem stehen mit den Einnahmen aus der Gasttaxe weitere Mittel für Projekte und Gästeinformationen zur Verfügung.
- Die Kantonsfinanzen sind unter Druck. Aufgrund der finanzpolitischen Herausforderungen müssen Kosteneinsparungen in verschiedenen Bereichen ergriffen werden. Eine Erhöhung der kantonalen Betriebskostenbeiträge an Baselland Tourismus ist unter diesen Umständen derzeit weder realistisch noch angemessen.

Der eingeschlagene Weg kann weitergeführt werden

Die neue Vision der «Kurzferienregion» und die entsprechende strategische Ausrichtung genießen bei den touristischen Akteuren im Kanton gemäss der Umfrage der FH GR einen sehr grossen Rückhalt. Baselland Tourismus will in den kommenden Jahren 2025–2028 an dieser strategischen Grundausrichtung nichts ändern und an der Weiterentwicklung zur Kurzferienregion festhalten (vgl. Offerte vom 20. März 2024).

Die FH GR hat die strategische Ausrichtung von Baselland Tourismus auf Basis der touristischen IST-Situation, der Umfeldanalyse und der zukünftigen Chancen und Herausforderungen überprüft (vgl. Teilbericht C¹⁷ und Teilbericht D¹⁸). Die Neuausrichtung wird als ambitioniert, aber als langfristig umsetzbare Vision taxiert. Die touristische Marke «Entdeckerland» passt gut zu den Stärken des Kantons Basel-Landschaft. Die Studienautoren empfehlen, mindestens weitere vier Jahre an der Vision «Kurzferienregion» festzuhalten.

Bestehende und neue Unterstützungsinstrumente nutzen

Die Betriebskostenbeiträge an Baselland Tourismus sind nur ein Teil der kantonalen Unterstützung für den Tourismus im Baselbiet. Mit der Neuen Regionalpolitik NRP¹⁹ stehen in den nächsten vier Jahren zusätzliche Mittel von Bund und Kanton in Höhe von 900'000 Franken für Tourismusprojekte zur Verfügung. Mit den Fördermitteln sollen neue, innovative Angebote entwickelt werden. Daneben können Aktivitäten unterstützt werden, welche die Tourismusakteure im Umgang mit neuen Technologien befähigen und die digitalen Kompetenzen steigern. Die NRP fokussiert auf den ländlichen Raum im Kanton, sprich auf das Oberbaselbiet und das Laufental.

Mit der pro Logiernacht erhobenen Gasttaxe²⁰ werden auch in den nächsten Jahren weitere Mittel für Projekte und Aktivitäten zur Verfügung stehen. Die Gasttaxengelder sind zweckgebunden und es werden folgende Ziele verfolgt: (1) Schaffung von Anreizen für den Aufenthalt von Gästen, (2) Aufwertung von Anziehungspunkten und Angeboten, (3) Förderung von Veranstaltungen und (4) Erteilung von Informationen an Gäste im Kantonsgebiet. Mit den Gasttaxenmitteln können aber keine Marketingaktivitäten unterstützt werden.

Kantonsfinanzen mitberücksichtigen

Der Ausblick auf den Aufgaben- und Finanzplan (AFP) ist beunruhigend²¹. Es sind finanzpolitische Massnahmen notwendig, um die Schuldenbremse einzuhalten. Der Regierungsrat hat die Mass-

¹⁷ Der vollständige Teilbericht C ist als Anhang beigelegt.

¹⁸ Der vollständige Teilbericht D ist als Anhang beigelegt.

¹⁹ Vgl. <https://www.economy-bl.ch/dienstleistungen/neue-regionalpolitik-nrp-im-kanton-basel-landschaft>

²⁰ Gasttaxengesetz (SGS 548)

²¹ Vgl. [LRV 2024/138](#) «Jahresbericht 2023», 23. April 2024

nahmen in der Finanzstrategie 2025–2028 definiert und entsprechende Aufträge an die Direktionen verteilt. U. a. soll es keine neuen Abgeltungen und Finanzhilfen mehr geben und in der Verwaltung keine neuen Stellen. Daneben werden auch laufende Aufgaben und Finanzierungsbeiträge überprüft. Für den Regierungsrat ist unter diesen Rahmenbedingungen eine Erhöhung der Betriebskostenbeiträge an Baselland Tourismus ab 2025 nicht angebracht.

Fazit

Der Regierungsrat ist der Überzeugung, dass es für den Tourismus im Kanton genügend finanzielle Unterstützung von Seiten des Kantons gibt. Es ist dem Regierungsrat ein Anliegen, dass die genannten, für den Tourismus bestimmten Gelder effektiv und sinnvoll im Rahmen der kantonalen Tourismusstrategie und Vision eingesetzt werden. Unter Berücksichtigung der NRP- und der Gasttaxenmittel kann der eingeschlagene Weg zu einer Kurzferienregion weitergeführt und gefördert werden. Ein Ausbau der Kommunikations- und Marketingaktivitäten, welche zu 100 % durch den Kanton finanziert werden, ist aufgrund der laufenden Sparbemühungen weder realistisch noch angemessen.

2.3.9. Leistungsvereinbarung 2025–2028 mit Baselland Tourismus

Die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion ist zuständig für die Erarbeitung der Leistungsvereinbarung mit dem Verein Baselland Tourismus. Als Grundlage und inhaltliche Leitplanken dient die Variante «Basis/Grundauftrag» aus der Offerte von Baselland Tourismus. Empfehlungen der FH GR sind zu prüfen und allenfalls in die Leistungsvereinbarung zu integrieren. Im Folgenden werden die Inhalte skizziert:

Grundauftrag (Basisarbeit)

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. Dazu gehören insbesondere: Baselland Tourismus...

- ...betreibt eine Geschäftsstelle.
- ...betreibt stationäre Kontaktpunkte und als Online-Kontaktpunkt eine Webseite.
- ...ist wichtiger Ansprechpartner. Er informiert Mitglieder, Leistungsträger und Partner über News, Veranstaltungen und Aktivitäten.
- ...vernetzt die Mitglieder, Leistungsträger und Partner untereinander und mit weiteren attraktiven und engagierten Akteuren.
- ...ist prioritärer Ansprechpartner im Kanton Basel-Landschaft bei touristischen Angelegenheiten und Fragen.
- ...macht die Angebote und Produkte in der Region sichtbar.
- ...entwickelt zusammen mit den Mitgliedern neue Produkte und Angebote und berücksichtigt dabei alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

Vision und strategische Geschäftsfelder

Baselland Tourismus entwickelt im Sinne einer langfristigen Bestrebung (Vision) Baselland zu einer beliebten Kurzferienregion weiter.

Baselland Tourismus trägt mit der professionellen Bewirtschaftung von Geschäftsfeldern zur Steigerung der Bekanntheit und damit zur Wertschöpfung im Kanton Basel-Landschaft bei. Die FH GR

empfiehlt eine Schärfung bei den strategischen Geschäftsfeldern. Für eine konsequentere Positionierung als Kurzferienregion sollen bestehende Geschäftsfelder aufgelöst, resp. verschmolzen werden. Die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion wird den Verein Baselland Tourismus auffordern, die Empfehlungen der FH GR und eine allfällige Umsetzung zu prüfen.

Als Leitplanken sollen mindestens die folgenden strategischen Geschäftsfelder im Sinne der Marke «Entdeckerland. Baselland» weitergeführt, geschärft und entsprechend ergänzt werden:

- **Entdecken und erleben:** Die in Baselland vorhandenen Angebote passen gut zur Identität als Entdeckerland. Durch eine stärkere Gewichtung dieses strategischen Geschäftsfelds können weitere Aspekte bei potenziellen Gästen verankert werden. Auch eine Präzisierung bei den Zielgruppen hinsichtlich Familienurlaub und Mehrgenerationen-Urlaub könnte zusätzliche Optionen generieren.
- **Geniessen:** Das Vorhandene (Landwirtschaftsbetriebe, Gastronomiekonzepte, Weinregion usw.) soll mit der Ausrichtung als Kurzferienregion in Einklang gebracht werden. Mehrtägige Veranstaltungen unter dem Dach Kulinarik könnten ein weiterer Pfeiler für die Positionierung als Kurzferienregion sein.
- **Aktiv erholen:** Derzeit sind viele der Angebote (Biken, Wandern, Aqua Basilea) eher auf Tagestouristen als auf Kurzferiengäste ausgerichtet. Eine Verknüpfung der vorhandenen Sportangebote mit Nischenangeboten bei Übernachtungen (Parahotellerie, Agrotourismus) könnte attraktiv für Personen auf Durchreise oder für Kurzaufenthalter sein.

Spezifische Zielsetzung

Spezifische Zielsetzungen werden gemeinsam zwischen dem Verein Baselland Tourismus und der Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion erarbeitet und vereinbart. Es wird geprüft, ob spezifische Zielsetzungen für die jeweiligen strategischen Geschäftsfelder vereinbart werden (Empfehlung FH GR).

2.4. Strategische Verankerung / Bezug zum Regierungsprogramm (Referenz-Nr.) oder zur Langfristplanung

Im Tourismusgesetz § 1 Grundsatz, Abs. 1 steht: «Der Kanton trägt zur Stärkung des basellandschaftlichen Kantonsgebiets als Reise- und Tourismusziel bei».

In der Langfristplanung 2024–2033 des Regierungsrats wird festgehalten:

- LFP 2 – Wirtschaftsleistung und -struktur: «Der Regierungsrat will einen wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus, der zusätzliche Impulse, insbesondere für kleine und mittlere Betriebe in den ländlichen Regionen leistet und somit zur Standortattraktivität beiträgt.»
- LFP 10 – Wohn- und Lebensqualität: «Der Regierungsrat will zusammen mit den kantonalen Tourismusakteuren das Bewusstsein der Bevölkerung für die landschaftliche Schönheit und die kulturellen Eigenheiten des Kantons fördern.»

2.5. Rechtsgrundlagen; Finanzreferendum

- § 121 Verfassung des Kantons Basel-Landschaft vom 17. Mai 1984 (SGS 100) zu Zielen der kantonalen Wirtschaftspolitik.
- Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz) vom 19. Juni 2003 (SGS 503)

Rechtliche Grundlage	Norminhalt
§ 1 Grundsatz, Abs. 2	Er kann zu diesem Zweck im Kanton breit abgestützte, nicht gewinnorientierte Tourismusorganisationen mit Beiträgen unterstützen, sofern

	diese kantonale Bedeutung aufweisen, auf eine längerfristige Tätigkeit ausgerichtet sind und nicht nur einzelne Teile des touristischen Angebotes abdecken.
--	---

Fakultatives Finanzreferendum

Gemäss § 31 Abs. 1 Bst. b der Kantonsverfassung werden Beschlüsse des Landrates über neue einmalige Ausgaben von mehr als 1 Million Franken oder über neue jährlich wiederkehrende Ausgaben von mehr als 200'000 Franken auf Begehren von 1'500 Stimmberechtigten der Volksabstimmung unterbreitet. Das Begehren ist innert acht Wochen nach der Veröffentlichung zu stellen.

2.6. Finanzielle Auswirkungen

Rechtsgrundlage und rechtliche Qualifikation (§ 35 Abs. 1 Bst. a–b Vo FHG):

Vgl. Abschnitt 2.5 (§ 33 Abs. 2 FHG)			
Die Ausgabe ist ... (§ 34 und § 35 FHG, entsprechendes ankreuzen)			
X	Neu	Gebunden	X Einmalig Wiederkehrend

Ausgabe (§ 35 Abs. 1 Bst. c–f Vo FHG):

Budgetkredit:	Profit-Center: P2215	Kt:	3636 0000	Kontierungsobj.:	502175
Verbuchung	X Erfolgsrechnung			Investitionsrechnung	
Massgeblicher Ausgabenbetrag (in CHF)			2'400'000		

Investitionsrechnung

Ja Nein

Erfolgsrechnung

Ja Nein

	Voraussichtlich jährlich anfallende Beträge:	PC	Kt	2025	2026	2027	2028	Total
A	Personalaufwand		30					
A	Sach- und Betriebsaufw.		31					
A	Transferaufwand	2215	36	600'000	600'000	600'000	600'000	2'400'000
A	Bruttoausgabe	2215		600'000	600'000	600'000	600'000	2'400'000
E	Beiträge Dritter*		46					
	Nettoausgabe	2215		600'000	600'000	600'000	600'000	2'400'000

* Gemäss § 36 Abs. 3 FHG; PC = Profitcenter; Kt = Kontengruppe

Auswirkungen auf den Aufgaben- und Finanzplan (§ 35 Abs. 1 Bst. j Vo FHG):

Die Ausgaben von 2'400'000 Franken sind im AFP 2024–2027 sowie im AFP 2025–2028 (Stand 1. Lesung) vollumfänglich eingestellt.

Weitere Einnahmen (§ 35 Abs. 1 Bst. f Vo FHG): Ja Nein

Folgekosten (§ 35 Abs. 1 Bst. g Vo FHG): Ja Nein

Auswirkungen auf den Stellenplan (§ 35 Abs. 1 Bst. i Vo FHG): Ja Nein

Die Leistungsvereinbarung hat keine Auswirkungen auf den Stellenplan. Die notwendigen Arbeiten werden im Rahmen des bestehenden Stellenetats wahrgenommen.

Schätzung der Eigenleistungen (§ 35 Abs. 1 Bst. h Vo FHG):

Bei der Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion als zuständige Direktion für die Leistungsvereinbarung mit Baselland Tourismus entstehen folgende Aufwände:

Tätigkeit	Arbeitstage pro Jahr
Erarbeitung eines Projektauftrags für die Evaluation der Leistungsperiode alle vier Jahre (4 Arbeitstage).	1
Erarbeitung einer Landratsvorlage und einer Leistungsvereinbarung alle vier Jahre (16 Arbeitstage).	4
Jährliches Controlling, inkl. regelmässiger Austausch mit Baselland Tourismus gemäss Leistungsvereinbarung sowie Überprüfung und Abwicklung der Rechnungsstellung.	12
Total Arbeitstage pro Jahr	17
Kostenübernahme der externen Evaluation und der Analyse Tourismusstandort Baselland 2024: 45'849.05 Franken.	

Strategiebezug (§ 35 Abs. 1 Bst. m Vo FHG): Ja Nein

LFP 2	Wirtschaftsleistung und -struktur: Der Regierungsrat will einen wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus, der zusätzliche Impulse, insbesondere für kleine und mittlere Betriebe in den ländlichen Regionen leistet und somit zur Standortattraktivität beiträgt.
LFP 10	Wohn- und Lebensqualität: Der Regierungsrat will zusammen mit den kantonalen Tourismusakteuren das Bewusstsein der Bevölkerung für die landschaftliche Schönheit und die kulturellen Eigenheiten des Kantons fördern.

In der ersten Zelle wird hier das Kürzel des Bereichs aus der Langfristplanung im AFP angegeben. Nebenstehend sollten der Bereich und das Ziel angegeben und kurz kommentiert werden, wie das Vorhaben zur Umsetzung der Regierungsstrategie beiträgt.

Risiken (Chancen und Gefahren) (§ 35 Abs. 1 Bst. l Vo FHG):

Chancen	Gefahren
Mit dem Betriebskostenbeitrag von 2,4 Millionen Franken kann BL-T den eingeschlagenen Weg und die Umsetzung der Positionierung als Kurzferienregion grundsätzlich weiterführen. Eine stärkere Fokussierung bei den Aktivitäten und Leistungen kann die Positionierung als Kurzferienregion schärfen und längerfristig stärken.	Mit dem Betriebskostenbeitrag von 2,4 Mio. Franken können nicht alle Kommunikations- und Marketingmassnahmen umgesetzt werden. Daher dürfte die Transformation in eine Kurzferienregion länger dauern.

Erbringung eines substantiellen Beitrags zur kantonalen Standortentwicklung und zum Standortmarketing. Vor allem hinsichtlich Lebensqualität.	Geringe Anreize für BL-T anderweitig mehr finanzielle Mittel zu generieren und daher dauerhafte Abhängigkeit des Vereins BL-T von staatlichen Betriebskostenbeiträgen.
Stärkung des Bewusstseins der Bevölkerung für die landschaftliche Schönheit und kulturelle Eigenart des Kantons.	Verdrängung resp. Verhinderung von privaten Aktivitäten.
Ein zusätzlicher Impuls für KMU und für ländliche Regionen im Kanton.	
Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen den Tourismusakteuren.	

Zeitpunkt der Inbetriebnahme (§ 35 Abs. 1 Bst. n Vo FHG):

Der Verein Baselland Tourismus²² ist in der jetzigen Form seit 2001 tätig.

Wirtschaftlichkeitsrechnung (§ 35 Abs. 1 Bst. k, § 49–51 Vo FHG):

Gesamtbeurteilung:

Die Auslagerung der Tourismusförderung an den Verein Baselland Tourismus hat sich seit Jahren bewährt und ist etabliert. Die Landratsvorlage [2020/400](#) vom 18. August 2020 beinhaltet eine gründliche Auseinandersetzung mit dem kantonalen Beschaffungsgesetz im Rahmen des Leistungseinkaufs bei Baselland Tourismus. Die verwaltungsinternen Kosten einer Eigenerbringung der Leistungen sind kaum quantifizierbar. Die Auslagerung der Aufgaben und Dienstleistungen im Tourismusbereich an den Verein Baselland Tourismus ergeben Vorteile und Nutzen, welche den finanziellen Aufwand überwiegen. Dazu zählen insbesondere: Entpolitisierung der Leistungserfüllung, höhere Vernetzung und verstärkte Ausrichtung auf die direkten Bedürfnisse der Tourismusakteure (Leistungserbringer, Gäste) als bei reiner Verwaltungseinheit möglich, Steigerung der unternehmerischen Freiheit/Autonomie; höhere Kundenakzeptanz, Ermöglichung von Beteiligungen Dritter. Die kantonalen Eigenleistungen für die Erstellung und Prüfung der Ausgabenbewilligung und der Leistungsvereinbarung sind verhältnismässig.

2.7. Finanzhaushaltsrechtliche Prüfung

Die Finanz- und Kirchendirektion hat das vorliegende Geschäft am 7. Juni 2024 gemäss § 12 des Finanzhaushaltsgesetzes (FHG) vom 1. Juni 2017 geprüft und nimmt wie folgt Stellung:

Prüfergebnis	Die Finanz- und Kirchendirektion hat die Vorlage gemäss § 12 des Finanzhaushaltsgesetzes geprüft und stellt fest, dass die Grundsätze der Haushaltsführung und die Kompetenzordnung eingehalten sind.
---------------------	---

2.8. Regulierungsfolgenabschätzung ([§ 4 KMU-Entlastungsgesetz](#) und [§ 58 Abs.1 Bst. e und e^{bis} Geschäftsordnung Landrat](#))

Die vorliegende Landratsvorlage wurde mit den Fragen zur Klärung der Betroffenheit gemäss Regulierungsfolgenabschätzung überprüft. Es ist keine Regulierungsfolgeabschätzung

²² Statuten des Vereins Baselland Tourismus (https://www.baselland-tourismus.ch/assets/content/files/verein/Statuten_28_Juni_2021_unterzeichnet.pdf), aufgerufen am 8. Mai 2024

durchzuführen. Unternehmen und weitere Akteure im touristischen Umfeld profitieren von den Aktivitäten und Dienstleistungen von Baselland Tourismus. Es ist das Ziel, die Wertschöpfung namentlich in den ländlichen Regionen zu erhöhen und Impulse für KMU zu generieren.

Für die Gemeinden hat die Vorlage keine finanziellen oder anderweitigen direkten Auswirkungen.

3. Anträge

3.1. Beschluss

Der Regierungsrat beantragt dem Landrat zu beschliessen:

1. Die Teilberichte A–D 2024 der Fachhochschule Graubünden vom Februar 2024 werden zur Kenntnis genommen.
2. Für die Betriebsbeiträge an den Verein Baselland Tourismus für die Jahre 2025–2028 wird eine neue einmalige Ausgabe von insgesamt 2'400'000 Franken bewilligt.
3. Ziffer 2 dieses Beschlusses untersteht der fakultativen Volksabstimmung gemäss § 31 Abs. 1 Bst. b der Kantonsverfassung.

Liestal, 25. Juni 2024

Im Namen des Regierungsrats

Die Präsidentin:

Monica Gschwind

Die Landschreiberin:

Elisabeth Heer Dietrich

4. Anhang

- Landratsbeschluss
- Offerte Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025–2028 von Baselland Tourismus, 20. März 2024
- Zusatz zur Offerte Leistungsvereinbarung Tourismusförderung 2025–2028 von Baselland Tourismus, 13. April 2024
- Teilbericht A: Kurzevaluation der Tätigkeit des Vereins Baselland Tourismus 2021–2024, Fachhochschule Graubünden, Schlussbericht Februar 2024
- Teilbericht B: Analyse Tourismusstandort Basel-Landschaft, Fachhochschule Graubünden, Schlussbericht Februar 2024
- Teilbericht C: Kurzüberprüfung der strategischen Ausrichtung von Baselland Tourismus, Fachhochschule Graubünden, Schlussbericht Februar 2024
- Teilbericht D: Empfehlungen für die nächste Förderperiode 2025–2028, Fachhochschule Graubünden, Schlussbericht Februar 2024
- Beilage zu Teilbericht A: Partnerumfrage, Fachhochschule Graubünden, Februar 2024

Landratsbeschluss

über Ausgabenbewilligung für die Abgeltung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Baselland Tourismus für die Jahre 2025–2028

Der Landrat des Kantons Basel-Landschaft beschliesst:

1. Die Teilberichte A–D 2024 der Fachhochschule Graubünden vom Februar 2024 werden zur Kenntnis genommen.
2. Für die Betriebsbeiträge an den Verein Baselland Tourismus für die Jahre 2025–2028 wird eine neue einmalige Ausgabe von insgesamt 2'400'000 Franken bewilligt.
3. Ziffer 2 dieses Beschlusses untersteht der fakultativen Volksabstimmung gemäss § 31 Abs. 1 Bst. b der Kantonsverfassung.

Liestal, Datum wird von der LKA eingesetzt!

Im Namen des Landrats

Der Präsident:

Die Landschreiberin: