

travel INSIDE

DIE SCHWEIZER FACHZEITUNG FÜR TOURISTIK

«Bei den Destinationen gibt es Potenzial»

TRAVEL INSIDE - 29.04.2026

Der neue CCO des EuroAirport stellt sich der Branche am 7. Mai am IAWA in Basel vor.
(Ausschnitt aus dem Branchen-Magazin TRAVEL INSIDE)



Adrian Elkuch ©TRAVEL INSIDE

Adrian Elkuch ist seit Anfang April neuer Chief Commercial Officer CCO am Basler Euroairport.

Elkuch stammt ursprünglich aus dem Liechtenstein, aber lebt seit je her in der Schweiz. Er ist in Rheinfelden im Fricktal aufgewachsen. Für ihn war die Region Basel und der Euroairport schon seit seiner Kindheit ein Begriff.

Im Interview mit TRAVEL INSIDE offenbart er seine Ideen und Ambitionen rund um den Euroairport.

Wie ist Adrian Elkuch dazu gekommen, neuer CCO des Euroairport zu werden?

Das ging über einen Headhunter. Ich wurde angesprochen, ob ich Interesse habe. Wir führten das Gespräch mit dem CEO Tobias Markert, den ich bereits kannte. Beim Euroairport besteht nach wie vor erhebliches Entwicklungspotenzial.

Ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam mit meinem Team noch einiges bewegen können — sowohl bei der Weiterentwicklung des Streckennetzes als auch bei der Verbesserung der Passagierinfrastruktur und der gesamten Qualität des Reiseerlebnisses für unsere Fluggäste.

Das klingt nach Zukunft, aber vorerst ist da die grosse fünfwöchige Baustelle. Wie stark schränkt dies den Flughafen Basel bezüglich Flugbetriebs und Finanzen ein?

Also finanztechnisch ist es eigentlich kein Problem, denn das ist ein langfristig geplant worden und somit kann man das auch mit Reserven aus eigenen Mitteln klar finanziell überbrücken.

Welche Grössenordnung ist das?

Das kann ich nicht sagen, wie gross schlussendlich der Impact sein wird. Die Baustelle betrifft den Flughafen während 36 Tagen. Wir haben nach wie vor Abflüge auf der Querpiste. Es ist nur die Hauptpiste, welche entsprechend renoviert wird. Die kürzere Ost-West Piste kann bis zum 20. Mai von kleineren und leichteren Flugzeugen genutzt werden.

Easyjet ist die einzige Airline, welche das 12 mal am Tag nutzt und mit halbvollen Maschinen operiert.

Nein, es fliegen auch andere Airlines und gemäss den ersten Angaben von Easyjet sind diese Flüge auch gut gebucht. Es ist sicher nicht optimal für die Airlines, aber im Gesamtkontext macht es langfristig Sinn dieses Investition heute zu machen.

Der CCO ist für die Marketing-Strategie zuständig. Wie soll der Euroairport als attraktives Reiseziel, noch besser positioniert werden?

Der Bereich Marketing fällt in die Verantwortung des CCO. Wenn wir über den Euroairport als attraktiven Standort für den Incoming-Verkehr sprechen, dann verfolgen wir verschiedene Ansätze. Dabei agieren wir nicht allein, sondern gemeinsam mit wichtigen Partnern — unter anderem mit Schweiz Tourismus, Basel Tourismus sowie Akteuren aus dem Elsass. Entscheidend ist, die richtigen Partner und Gremien zusammenzubringen, die uns aktiv unterstützen können.

Ein wichtiger Hebel ist die bessere Anbindung an touristische Angebote in der Region. Dabei geht es auch um die Frage, wie zusätzliche Transportlösungen — etwa Busverbindungen — sinnvoll integriert werden können. Europa-Park ist hierfür ein sehr gutes Beispiel und ein wichtiger Partner für unsere Region. Wir prüfen konkret, wie sich solche Angebote stärker in buchbare Pakete integrieren lassen, auch mit Blick auf Reiseveranstalter. Ziel ist es, den Incoming-Bereich gezielt weiterzuentwickeln und zusätzliche Nachfrage zu schaffen.

«Basel stärker mit internationalen Märkten vernetzen»

Wie steht es um den ebenfalls wichtigen Outbound Traffic mit Abflug ab Basel bezüglich Destinationen?

Im Outbound-Verkehr verzeichnen wir gemeinsam mit unseren Partner-Airlines ein solides Wachstum. Gleichzeitig stehen wir in engem Austausch darüber, wie wir unser Angebot künftig noch gezielter an die Nachfrage des Marktes anpassen können.

Der Schweizer Markt zeigt sich für den Sommer derzeit eher zurückhaltend — nicht euphorisch, aber auch keineswegs negativ. Aus Deutschland erhalten wir hingegen positivere Signale.

Bei den Destinationen gibt es durchaus weiteres Potenzial. Einerseits sehen wir Möglichkeiten bei klassischen Ferenzielen, andererseits auch bei Verbindungen mit hoher Relevanz für Geschäftsreisen. Hier analysieren wir aktuell sehr konkret, wo zusätzliche oder verbesserte Angebote sinnvoll sind.

Wie steht es am Euroairport mit Long Distance Zielen Basel hat ja eine starke Pharma-Wirtschaft?

Das ist ohne Zweifel ein spannendes Thema. Eine Langstreckenverbindung ab dem Euroairport zu etablieren, gehört klar zu meinen persönlichen Ambitionen. Gerade für eine wirtschaftlich so starke Region wie Basel mit ihrer internationalen Ausrichtung wäre eine noch bessere direkte Anbindung ein wichtiger Schritt.

Basel insgesamt stärker mit internationalen Märkten zu vernetzen, ist ein Ziel, das ich klar vor Augen habe.

Die Flughäfen stehen in einem Wettbewerb – wie wollen Sie das Airline-Geschäft für den Flughafen Basel konkret ankurbeln?

Viel spricht für die Destinationen: Wohin können wir von Basel aus hinfliegen? Da gibt es teilweise auch viele Destinationen, die von Genf oder Zürich gar nicht erreichen werden können. In Basel haben komplementäre Destinationen. Zum Beispiel Chisinau, Tirgu Mures, Lille und Podgorica, welche grösstenteils mit dem A321 geflogen werden, welcher auch Mittelstrecken bewältigen könnte.

Gleichzeitig möchten wir auch auf den starken Märkten wachsen. Wir sind auch beispielsweise dort, wo es spannend wird, oder auch mehr starkes Wachstum haben. Prishtina unter anderem, ja. Aber wo wir uns stark etablieren, ist Chisinau. Aber im Fokus sind auch Drehkreuze, die andere auch Legacy Carriers anbieten. Und das ist eigentlich die wichtige Connectivity, um Basel an die Welt anzuschliessen.

Erweiterungen für mehr Platz für Passagiere

Wann wird die Basler Öffentlichkeit spüren, wie der neue CCO den Flughafen Basel umgestaltet?

Ich hoffe, wir können die ersten kleinen Änderungen bereits in einem halben Jahr merken. Ein Flughafen ist ein komplexes System – Veränderungen benötigen Zeit, bis sie ihre volle Wirkung entfalten. Also es braucht schon mindestens ein Jahr vielleicht auch mehr, um wirklich erste Effekte in Bezug auf Infrastruktur oder auf eine neue Route zu sehen.

Thema Infrastruktur: Wird der Euroairport für die 10 Millionen Passagiere nicht langsam zu eng?

Das ist so und da sind wir natürlich auch schon dran. Der Euroairport ist glücklicherweise für die Kundschaft effizient, wenn man Zeiten und Distanzen betrachtet. Die Zeiten für Turnarounds sind schnell. Wir haben mit den Gates entsprechend einfache Möglichkeiten, um die Passagiere zu Boarden. Und das funktioniert mit unseren Partnern, wie Swissport, CGS und Easyjet, hervorragend und ist stets optimiert worden. Operationell sind wir also sehr gut aufgestellt.

Aber ja, irgendwann muss man sich überlegen, wie können wir mehr Platz zur Verfügung stellen, während den Sommermonate kommen wir platztechnisch zeitweise schon ans Limit. Es geht hier vor allem um die Qualität bei der Passenger Journey. Entsprechend haben wir bereits verschiedene Erweiterungsprojekte, die wir jetzt diskutieren, mit dem Ziel Qualität und mehr Platz zu schaffen.

Dies wird wohl viel mehr als fünf Jahre dauern?

Nein, das sollte eigentlich in den nächsten fünf Jahren bereits umgesetzt werden. Das sind alles Erweiterungen für mehr Platz für Passagiere und eine verbesserte Passagier Erfahrung

Welche Rolle spielt die Swiss denn noch am Flughafen Basel?

Heute ist Swiss eigentlich nicht präsent, muss man sagen, sie bietet ab dem Euroairport keine Linienflüge mehr an. Aber die Airline ist immer ein willkommener Gast, wenn Charterflüge geplant sind. Gerade kürzlich ist die Schweizer Fussball-Nati von hier mit Swiss nach Oslo geflogen. Wer weiss, vielleicht findet man mal eine spannende Lösung, dass sie wieder öfter einen Gastauftritt haben.

Ist die Kooperation mit Swiss ebenfalls ein Ziel des CCO?

Das ist bestimmt ein Thema, für welches wir offen sind und sehr gerne die Diskussion mit der Swiss führen. Vieles wird ja leider nicht mehr in Zürich entschieden, sondern in Frankfurt. Es wird wahrscheinlich schwierig sein sie zu einer Rückkehr zu überzeugen, aber das Gespräch müssen wir führen. Ich glaube, das wäre sicher spannend, zu schauen, wie sie dazu heute stehen. Wer nicht probiert, gewinnt nicht, das zumindest ist sicher.

«Zusammen mit TRAVEL INSIDE am IAWA»

Outbound Travel Industry: Welche Bedeutung hat diese Zielgruppe für den CCO vom Euroairport?

Zusammen mit TRAVEL INSIDE veranstalten wir am 7. Mai einen sogenannten IAWA Event für die Reisebranche. Es ist eine Botschaft, die ich transportieren möchte und daher auch teilnehme zusammen mit meinem hervorragenden Team.

Es ist unglaublich wichtig die Kontakte zu pflegen, weil viele Reisende ihre Package-Reisen mit Reisebüro sehr eng zusammenarbeiten. Es zudem wichtig vom Tourismus-Profi neue Ideen zu erfahren. Die Reiseberatenden sind extrem wichtig für uns. Klar kann man seine Reise online zusammenstellen, aber die Gefahr ist gross sich dann in der Masse an Information und Angeboten verliert. Mit der Fachperson hat man eine Vertrauensstelle. Diese Reiseprofis werden auch für uns beim Flughafen immer ein wichtiger Teil bleiben.

Wir müssen auch mit den Airlines schauen, wo die Verkaufskanäle sind und diese ebenfalls unterstützen. Insbesondere wenn es darum geht Incoming und Outbound spezifisch und gezielt angehen. Diesen Dialog müssen wir aufrechterhalten, weil alle Partner noch näher am Markt sind bezüglich was Kunden wollen.

Interview: Angelo Heuberger