

Den Namen <Basel> in die Welt getragen

Autor(en): Daniel Egloff
Quelle: Basler Stadtbuch
Jahr: 2008

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/5987f9b3-f0bf-453e-a9ea-8520e8f282a6>

Nutzungsbedingungen

Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform [baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch) ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.

<http://www.cms-basel.ch>

<https://www.baslerstadtbuch.ch>

Den Namen ‹Basel› in die Welt getragen

Die Euro 2008, ein Segen für die Tourismusdestination Basel

Daniel Egloff

Berichte dieser Art liest man als Vermarkter einer Reisedestination gerne: Dem ‹Kultur-Spiegel› legte der Direktor der Fondation Beyeler, Samuel Keller, überzeugend dar, warum sich die Reise nach Basel nicht nur fürs EM-Eröffnungsspiel lohne. Und die sonst so seriös-zurückhaltend auftretende ‹Frankfurter Allgemeine Zeitung› geriet schon beinahe ins Schwärmen, als sie in einem Vorschaubericht über die Host City Basel von ‹paradiesischen Umständen› im Kulturwesen, von ‹toller Architektur› und von der ‹wunderschönen Altstadt› berichtete. In der Zeitschrift ‹Today› konnte sich Basel sogar als ‹kulturelle Weltstadt› feiern lassen.

Zu den Aufgaben von Basel Tourismus in der Projektleitung Euro 08 gehörte neben der Koordination des Informations- und Gästemanagements auch die Destinationswerbung. Dem Millionenpublikum vor den TV-Bildschirmen sollte klargemacht werden, dass Basel ‹Mehr als 90 Minuten› Fussballspielzeit zu bieten hat. Obige Beispiele für die vielen positiven Medienberichte über die Host City Basel zeigen, dass unsere Bemühungen Früchte getragen haben.

Basel Tourismus konnte bereits im Vorfeld des Grossanlasses über 200 Journalistinnen und Journalisten ausländischer Medien betreuen. Alles in allem reisten über 1000 Medienschaffende nach Basel, die allermeisten von ihnen vermittelten ausgesprochen positive Bilder der Stadt. Ein solcher Erfolg ist enorm wichtig für die Prosperität der Tourismusdestination Basel, denn eine im Vorfeld der Euro 2008 durchgeführte Umfrage in Deutschland hat gezeigt, dass wir in Sachen Ausstrahlung gegenüber Zürich, Genf und Bern einiges aufzuholen haben. Schön, dass der ‹KulturSpiegel› nun zu dem Fazit kommt: ‹Nein, Basel ist nicht langweilig.›

Als Schweizer Haupt Austragungsort der Euro 2008 landete Basel nicht nur in Bezug auf einen langfristigen Imagegewinn auf dem Siegerpodest. Im Gegensatz zu den anderen Schweizer Host Citys konnte Basel auch die Zahl der Hotelübernachtungen im Euro-Monat Juni gegenüber dem Vorjahreswert steigern. Ein Plus von 4,3 Prozent mag,

oberflächlich betrachtet, zwar relativ bescheiden erscheinen, zumal im Juni mit der Art Basel und der Euro gleich zwei Grossveranstaltungen in Basel stattfanden. Als Erfolg ist aber zu werten, dass sich die beiden Anlässe nicht in die Quere kamen – nicht zuletzt dank der frühzeitigen Intervention von Basel Tourismus. So konnte der Verdrängungs- oder Crowding-Out-Effekt, unter dem andere Schweizer Host Citys zu leiden hatten, in einem moderaten Rahmen gehalten werden.

Für eine Gesamtbeurteilung der Übernachtungszahlen ist allerdings entscheidend, ob Touristen oder Geschäftsreisende, die wegen des Megaanlasses im Juni nicht hierher kamen, ganz auf eine Reise nach Basel verzichteten oder diese bereits vorgezogen hatten bzw. später nachholen wollten. Die ausgesprochen erfreulichen Übernachtungszahlen im Mai und Juli (beide plus 12 Prozent) lassen Letzteres vermuten. Ein auffälliges Detail ist, dass im Juli, also im Monat nach der Euro 2008, markant mehr Holländerinnen und Holländer an den Ort reisten, wo ihr so ausgiebig gefeiertes Fussballteam im Viertelfinalspiel eine Niederlage hinnehmen musste.

Die offizielle Logiernächtestatistik gibt allerdings nicht das ganze Ausmass des Erfolgs wieder. Weil die Uefa im Juni mehr Hotelzimmer buchte (und bezahlte) als tatsächlich belegt wurden, liegt die Anzahl verkaufter Betten höher als in der Statistik ausgewiesen. Würde man nun noch die Logiernächte bei Gastfamilien und auf Hotelschiffen dazuzählen, so würde das Plus von 4,3 auf 7,3 Prozent steigen. Ausserdem konnten die Hotels die Erträge pro Zimmer um über 50 Prozent steigern.

Nicht ganz so positiv fällt die Bilanz bei den Basler Gastrobetrieben aus, die je nach Lage zum Teil auch gesunkene Gästezahlen hinnehmen mussten. Längerfristig dürften aber nicht zuletzt auch diese Betriebe vom Imagegewinn der Stadt Basel profitieren.

Der reibungslose Ablauf der Euro 2008 in Basel war kein Zufall: Die Host City Basel hatte sich auf den Grossanlass optimal vorbereitet und konnte den Ansturm der Fussballfans vor allem während der Viertel- und Halbfinalspiele bestens bewältigen. Rund eine Million Gäste haben Basel im Juni 2008 besucht. Positive Rückmeldungen lassen darauf schliessen, dass die gut 6000 Mitarbeitenden aus den unterschiedlichsten Branchen, die durch Basel Tourismus speziell auf den Anlass hin vorbereitet worden waren, ihren Einsatz motiviert und engagiert geleistet haben.

Dass die Euro 2008 in Basel positive Eindrücke hinterlassen hat, ist nicht zuletzt auch den Volunteers zu verdanken. Rund 650 freiwillige Helferinnen und Helfer haben im Juni 2008 entscheidend zum Gelingen der Euro beigetragen. Insgesamt haben die Volunteers, die aus allen Altersklassen und Berufsfeldern stammten, ein beachtliches Pensum von rund 30 000 Arbeitsstunden absolviert.

Die Helferinnen und Helfer, die während der Vorrundenspiele vielleicht ab und zu etwas unterbeschäftigt waren, am Oranje-Tag dafür aber Höchstleistungen erbringen mussten, zeigten sich flexibel und waren bereit, auch kurzfristig andere Aufgaben wahrzunehmen oder sich auf geänderte Einsatzzeiten einzulassen.

Basel hat seine Aufgabe bravourös gemeistert und sich vor einem Millionenpublikum als souveräne Gastgeberstadt präsentiert, die auch Megaanlässe zur Zufriedenheit aller zu bewältigen vermag. Das ist für die Messe- und Kongressstadt ein wichtiges Zeichen – nach aussen, aber auch nach innen. Alle Beteiligten, vom Tourismusgewerbe über die Polizei und die Verkehrsbetriebe bis zu den Marketingverantwortlichen, haben dabei ausgesprochen wichtige Erfahrungen sammeln können. Der Einsatz hat sich gelohnt.