

**Basler Stadtbuch**  
**Dossier 2021**

**Basel – «Das Goldene Tor der Schweiz»**  
**Nathalie Baumann**

## Basel – «Das Goldene Tor der Schweiz»

Nathalie Baumann

«Savoir-vivre im Herzen von Basel», mit diesem Claim begrüsst das neue Boutiquehotel «Märthof» potenzielle Gäste auf seiner Website. An bester Lage am Marktplatz und mit 68 Zimmern hinter denkmalgeschützter Fassade öffnete das Haus, das bis 2019 den Interdiscount beherbergte, am 28. Juli feierlich seine Türen – nach eineinhalb Jahren Corona-Krise angesichts einer ungewissen Zukunft des Städtetourismus und trotzdem vorsichtig optimistisch, denn nach monatelangen Restriktionen, Absagen und massiven Einbussen für Hotellerie und Gastronomie ist für die letzte Septemberwoche 2021 die Art Basel angekündigt. Die «Märthof»-Eröffnung gibt Anlass für einen Rückblick auf die bewegte Tourismusgeschichte Basels, die immer wieder von grossen Krisen geprägt war – Kriege, Pandemien oder Wirtschaftskrisen – und immer wieder Initiativen und Lösungen zu deren Überwindung entwickelt hat. In den Blick genommen werden die letzten hundert Jahre, mit einem kurzen Rückgriff auf die Vorgeschichte im 19. Jahrhundert. Denn ab Ende der 1830er-Jahre verbessert sich die verkehrstechnische Lage der Stadt, der Anschluss an den internationalen Fremdenverkehr gibt dem Tourismus in der Region entscheidende Impulse.

Ab 1838 kursieren auf dem Rhein die ersten dampfgetriebenen Passagierschiffe. Gleich mehrere Schifffahrtsgesellschaften nutzen die Gunst der Stunde und umwerben die reisefreudige Kundschaft. Schon bald aber erwächst dem einträglichen Geschäft Konkurrenz: 1844 trifft aus Strassburg der erste Eisenbahnzug in Basel ein, die Stadt ist nun mit dem französischen Bahnnetz verbunden, das gerade mit Hochdruck aufgebaut wird. 1845 wird auf dem Schällemätteli der erste Bahnhof der Schweiz eingeweiht – dort, wo später eine Strafanstalt errichtet wird und heute der Neubau des Biozentrums steht. Die Eröffnungsfeierlichkeiten bringen nationale und internationale Prominenz nach Basel. Man nächtigt im nahe gelegenen «Hôtel des Trois Rois» am Blumenrain, das ein Jahr davor als mondänes Grandhotel neu erbaut wurde – der kluge Schachzug eines Quereinsteigers, des gut betuchten Schneidermeisters Johann Jakob Senn. Er erkennt früh das Potenzial von Schifffahrt und Eisenbahn für den Fremdenverkehr, erwirbt das frühere Gasthaus und lässt an seiner Stelle ein modernes Hotel im klassizistischen Stil errichten, das selbst zu einer Sehenswürdigkeit wird. Bereits 1855 wird mit dem Badischen der zweite Bahnhof in Basel und 1860 schliesslich der «Centralbahnhof» in Betrieb genommen. Das «Hôtel des Trois Rois» verliert ein wenig von seinem Standortvorteil. Rund um den Bahnhofplatz entstehen neue Hotels, die sich ebenfalls an eine gehobene Kundschaft richten: 1864 eröffnet der «Schweizerhof», 1867 folgt das Hotel «Euler».

Der Verkehrsverein wird die Stadt später als «Goldenes Tor der Schweiz» bewerben. Ein Claim, der aus der Not eine Tugend macht, denn Basel ist eher Durchgangsstation als Ziel einer Reise. Insbesondere Freizeitreisende machen hier Zwischenhalt vor der Weiterfahrt in die Berge. Die Postkarten-Schweiz ist anderswo, aber Basel hat immerhin Geschichte, Kunst und – Geschäftssinn. Umtriebige Exponenten der Branche erkennen bald, dass die Bestrebungen gebündelt werden müssen, um die Vorzüge der Stadt für Reisende hervorzuheben. Zu diesem Zweck wird 1890 der Verkehrsverein aus der Taufe gehoben, der einerseits das Ziel hat, den Fremdenverkehr zu fördern, und andererseits «all dem mit Nachdruck entgegenzutreten, was nicht zur Verschönerung, nicht zur Ehre und nicht zum allgemeinen Besten Basels dient». Noch etwas früher, 1882, formierte sich der Schweizer Hotelier-Verein mit Sitz in Bern. Dieser tritt mit einem eigenen Organ auf, der «Hotel-Revue», die im «eigenen offiziellen Bureau» in Basel verlegt wird.

## **Erfolgsgeschichte Mustermesse**

Im Ersten Weltkrieg nimmt die Reisetätigkeit insbesondere aus dem Ausland ab, Hotellerie und Restaurants darben. Inmitten der Krise gibt die Basler Regierung 1916 grünes Licht für die Durchführung einer Messe. Zum Messeleiter wird Mitinitiator Jules de Praetere gewählt, unter dessen Ägide im April 1917 im Stadtcasino und im Badischen Bahnhof die erste Mustermesse durchgeführt wird. De Praetere, gebürtiger Belgier, ist Kunstmaler und Direktor der Gewerbeschule sowie des Gewerbemuseums Basel. Beachtliche 800 Firmen nutzen in dieser schwierigen Zeit die Gelegenheit, ihre Waren auszustellen, 300'000 Gäste besuchen das Grossereignis und beschenken dem Gastgewerbe ein paar Tage des Aufatmens. Doch die Krise ist noch nicht ausgestanden. Auch nach dem Krieg bleibt die Wirtschaftslage schlecht, die Einkommen sind tief und für den Reiseverkehr gelten weiterhin Restriktionen an der Grenze. Weil in den umliegenden Staaten die Währungen abgewertet werden, sind Reisen in die Schweiz teuer. Die Weltwirtschaftskrise setzt auch dem «Trois Rois» stark zu, 1934 droht dem Vorzeigebau der Abbruch. Infrastrukturell profitiert die Basler Hotellerie ab 1936 vom «Arbeitsrappen», einem staatlich finanzierten Beschäftigungsprogramm gegen die Arbeitslosigkeit vor allem im Baugewerbe. Im Zuge des Programms werden etliche Altbauten saniert, darunter auch die bröckelig gewordenen Fassaden von Hotels.

Im selben Jahr wertet der Bundesrat den Franken ab, Wirtschaft und Tourismusgewerbe erholen sich, und die Zahl der belegten Basler Hotelbetten klettert 1937 von 35 auf 43 Prozent. Der Verkehrsverein zeigt sich in seinem Jahresbericht 1937 erfreut darüber, dass 1936 auch weitere Hindernisse aus dem Weg geschafft wurden. Der Regierungsrat hat die Verbote für Musik-, Theater- und Kinovorführungen an den Vorabenden der Festtage und an diesen selbst aufgehoben. Das alte Gesetz sei so abschreckend gewesen, dass Basel keinen nennenswerten Besuch von auswärts habe erwarten können. Diese Vorschriften seien im Gegenteil dazu angeordnet gewesen, die Leute aus der Stadt zu vertreiben, nicht nur die Fremden, sondern auch die Einwohner der Stadt selbst, schreibt der Verein.

## **Soldaten und Touristen in der Kulturstadt**

Der Zweite Weltkrieg bringt den internationalen Reiseverkehr nahezu zum Erliegen. Die Einreisemöglichkeiten bleiben teilweise bis in die 1950er-Jahre erschwert. Bald nach Kriegsende, am 31. Juli 1945, meldet sich das «Basler Volksblatt» zu Wort und mahnt eindringlich, dass Basel eine kulturelle Verpflichtung zu erfüllen habe. Die Stadt von Erasmus, Holbein, Böcklin, Burckhardt und Bachofen müsse sich auch und gerade auf diesem Gebiet ihrer Vergangenheit als würdig erweisen. Nicht nur Geschäftsmänner sollen hier verkehren, sondern auch Reisende, die sich an Kunst und Geschichte erfreuen. Um indes zu gewährleisten, dass die Sehenswürdigkeiten auch gefunden und bewundert werden können, müssten sie besser ausgeschildert und mehrsprachig angeschrieben sein, moniert der Verkehrsverein bei der Regierung. Doch diese sieht diesbezüglich keinen Handlungsbedarf.

Als Segen für die Basler Hotellerie erweist sich nach Kriegsende die gross angelegte «Amerikanische Urlauberaktion». Die US Army gewährt ihren Soldaten nach den Schrecken des Kriegs einige Tage Urlaub in der unversehrten Schweiz. Angestossen wird die Initiative vom Schweizer Hotelier-Verein, unterstützt vom Eidgenössischen Amt für Fremdenverkehr. Zwischen 1945 und 1949 verbringen insgesamt 300'000 GIs in geführten Gruppen eine Erholungswoche in der Schweiz. Basisstation der Aktion ist Mulhouse, wo die Soldaten neu eingekleidet werden und letzte Reisevorkehrungen treffen. Dank ihnen springt die Bettenbelegungsziffer im nahen Basel 1946 von 29,4 auf fast 50 Prozent.

Mitte der 1950er-Jahre betreibt auch der Basler Verkehrsverein im grösseren Stil Werbung. In seinen Akten finden sich Spuren einer aufwendigen Charmeoﬀensive: mehrere Artikel deutscher Journalisten, die nach Einladung des Verkehrsvereins über die Vorzüge und Eigenheiten Basels und seiner Bewohnerschaft berichten. Der Redaktor der Zeitschrift «Darmstädter Echo» lobt die Kunst- und Museumsstadt sowie das wirtschaftliche Geschick, doch «der Basler» selbst scheint ihm wenig zugänglich zu sein. Dieser sei «ein ausgesprochener Individualist. Das wird

besonders deutlich in Gaststätten und Hotels. [...] Für den Fremden, erst recht für den Ausländer, ist es nicht leicht, mit ihm ins Gespräch zu kommen [...]. Und was wir Deutschen an gemüthlicher Herzlichkeit lieben, ersetzt er durch einen kühlen, oft spöttischen Sinn.»

### **Höhenflug mit Holz, Kunst und Uhren**

In der Nachkriegszeit stossen der wachsende Wohlstand und die Motorisierung einen jahrzehntelangen Tourismusboom an. Das eigene Auto und Ferien mit der Familie sind nicht mehr unerschwingliche Träume, und auch der Luftverkehr hebt ab. Anfang der 1970er-Jahre können ab Basel-Mulhouse bis zu zwanzig Destinationen in Europa direkt angeflogen werden. In der Stadt expandiert 1966 die Messe Basel mit der Eröffnung der Halle 3, und im selben Jahr übersteigt die Zahl der Messegäste erstmals die Marke von einer Million. Am 31. Juli 1966 vermeldet die Chronik des Basler Stadtbuchs die sagenhafte Bettenbelegungsziffer von 91,3 Prozent. Was für ein Sommer! Basel hat sein Tourismuswunder.

Die Messe ist im Höhenflug: Sie hat ihre Weichen bereits in den 1950er-Jahren neu gestellt und 1957 mit der «Holz» die erste Fachmesse ins Leben gerufen. Damit setzt der starke Fokus aufs Messegeschäft ein, der den Basler Tourismus jahrzehntelang prägen wird. In den 1970er-Jahren werden jährlich fünfzehn bis zwanzig Fachmessen der verschiedensten Branchen ausgerichtet. Zu ihnen zählt ab 1970 auch die Art Basel, mit der Trudl Bruckner, Balz Hilt und Ernst Beyeler dem Label «Kunststadt Basel» einen starken Anstoss geben. Bereits an der ersten Ausgabe sind 110 Galerien aus zehn Ländern vertreten. 1973 wird die Uhren- und Schmuckmesse gegründet, mit 700 Ausstellern an der Premiere. Ausstellende und Kundschaft schlafen, essen und geschäften in Basel, knüpfen Netzwerke und wiederholen ihren Besuch gerne im nächsten Jahr. Die Ausrichtung von Fachmessen ist typisch für den Basler Tourismus, dazu kommen noch Kongresse und Geschäftsreisende der Chemie- und später der Pharmabranche.

Dem Aufschwung des Geschäftstourismus steht in jenen Jahrzehnten der stagnierende Städtetourismus gegenüber. 1976 sieht sich Basels Departement des Innern veranlasst, eine Arbeitsgruppe «Fremdenverkehr» einzusetzen, die über die Verfassung der Stadt und ihre Anziehungskraft für Ortsfremde Bericht erstattet. Die Analyse fällt wenig schmeichelhaft aus. Vor allem stellt die Gruppe fest, dass – zumindest für den Fluggast – Zürich vor Basel rangiert. Ein schmerzhaftes Fazit. Zudem werde die attraktive Altstadt Auswärtigen schlecht vermittelt, man rate zu regelmässigen Führungen, der Schaffung eines Restaurants auf dem Münsterplatz, der vom Parkieren ausgeschlossen werden solle, ebenso der Barfüsserplatz. Die Weg- und Verkehrsführung gibt grundsätzlich Anlass zur Beanstandung. An den Tramhaltestellen findet «der fremde Besucher einen unverständlichen Netzplan in kleinstmöglichem Format, Trams und Busse tragen auf der Stirnseite bloss Nummer und Endstation». Auch für einen Besuch mit dem Auto gebe es schier unüberwindbare Hürden: «Für Automobilisten ist die Orientierung beinahe unmöglich. Vor allem durch die Schaffung des City-Rings sind Nachteile für den Fremdenverkehr entstanden, die schwer wiegen.» Der Automobilist werde geradezu an Basel vorbeigeführt, weil die Signalisation fehle.

Zur Aufwertung der Stadt empfiehlt die Gruppe neben der Aufhebung von Parkplätzen an attraktiven Orten eine Massnahme, die in den kommenden Jahren zum Dauerbrenner wird (und doch immer wieder unverrichteter Dinge in der Schublade verschwindet): «Die Clarastrasse soll durch geeignete architektonische und planerische Massnahmen zu einem innerstädtischen Boulevard von hohem Rang aufgewertet werden.»

### **Eine Königin und drei Könige**

Am Tag der Arbeit 1980 empfängt Basel hohe Gäste. Die Queen und Prinz Philip besuchen, begleitet von Bundesrat Kurt Furgler, die 2. Schweizerische Ausstellung für Garten und Landschaftsbau in Münchenstein, besser bekannt als «Grün 80». Sie dauert ganze sechs Monate und lockt insgesamt rund 3,5 Millionen Besucherinnen und Besucher an. Am Ende bleibt zwar ein Defizit, das grosse Löcher in die Staatskassen der beiden Basel reisst, für den hiesigen Tourismus ist die Ausstellung aber ein Glücksfall: Gemäss Tourismusstatistik verzeichnet die Stadt im



Sommer 1980 rund 200'000 Hotelübernachtungen. Direktor der «Grün 80» ist der Architekt Hans-Peter Ryhiner. Er wird 1982 zum neuen Direktor des Verkehrsvereins gewählt und bekleidet das Amt bis 2001, als der Verkehrsverein bereits seit fünf Jahren den Namen «Basel Tourismus» trägt. Der Claim lautet beinahe zwanzig Jahre lang «Basel. Culture Unlimited», die Stadt wird 2015 zur europäischen Kulturtourismusregion des Jahres gekürt.

Ein neues Jahrtausend bricht an. Um im Konkurrenzkampf der europäischen Städte die Marke Basel zu stärken, institutionalisiert Basel sein Stadtmarketing. Aus seinen Reihen stammt der markante Slogan «Basel tickt anders», der darauf anspielt, dass die Basler Uhren bis Ende des 18. Jahrhunderts eine Stunde früher anzeigten. Die damit verbundene Imagekampagne will die Einzigartigkeit Basels herausstreichen – als Ort für Grossveranstaltungen, als attraktiver Wohnort und bevorzugte Reisedestination. Auch die Messe rüstet sich für die Zukunft. Ihr Standort im Kleinbasel braucht dringend eine Generalüberholung. Der Platz wird umgestaltet, 1999 die von Theo Hotz erbaute Halle 1 eröffnet und 2001 der Grundstein für den Meseturm von Morger & Degelo und Daniele Marques gelegt. Der Turm wird gleichsam zum Symbol der erneuerten Messe und ist nach seiner Fertigstellung 2003 kurzzeitig das höchste Gebäude der Schweiz. Auch in organisatorisch-institutioneller Hinsicht stellt sich die Messe neu auf: Um längerfristig am internationalen Markt bestehen zu können, fusioniert die Mustermesse Schweiz (Messe Basel) 2001 mit der Messe Zürich zur MCH Messe Schweiz AG.

### **Easyjet landet in Basel**

Ab 2005 boomt der Tourismus in der Region. Basel verbucht ein überdurchschnittliches Wachstum dank dem Billigflieger Easyjet, der seit Anfang des Jahres den EuroAirport als neue Basisstation pflegt. Damit verbunden ist der Ausbau von Flugverbindungen ab und nach Basel, das zur Destination von «City-Hoppern» wird, einer neuen Spielart des Massentourismus. 2006 findet das «Basel Tattoo» erstmals als Open-Air-Event auf dem Kasernenareal statt. Das Militärmusik-Spektakel wird in den kommenden Jahren zu einem Verkaufsschlager des Basler Tourismus. 2008 lässt die «Euro 08» die Kassen klingeln. Auch Luxusreisende kommen auf ihre Kosten: Im März 2006 wird das traditionsreiche «Hôtel des Trois Rois» als «Les Trois Rois» neu eröffnet. Seit 2004 ist es im Besitz des Unternehmers Thomas Straumann, der es umfassend renovieren lässt und das benachbarte Gebäude der ehemaligen Kantonalbank integriert. Dank seiner prominenten Lage am Grossbasler Rheinufer gibt der Prachtbau auch dem Stadtbild einen frischen Anstrich. Die Zahl der Übernachtungen in Basler Hotels steigt und steigt. 2016 meldet Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, 1,2 Millionen Übernachtungen in den 64 Hotelbetrieben der Stadt, die Zahl ist zum elften Mal in Folge gestiegen. 2019 blickt Carlo Conti, Präsident von Basel Tourismus, auf ein starkes Jahr 2018 zurück. Als Erfolgsfaktor nennt er die Ausrichtung namhafter Grosskongresse, aber auch den wachsenden Freizeittourismus. Zudem gewinne man im schweizweiten Vergleich an Bedeutung, habe auch Luzern überholt und rangiere nun hinter Zürich und Genf auf dem dritten Platz.

Nur: Übernachten müssen Reisende nicht zwingend im Hotel. Besonders, wenn sie aufs Budget schauen. Neben den Angeboten klassischer Hotels locken zunehmend Airbnb-Schlafgelegenheiten. Eine Studie des Walliser Tourismus Observatoriums zählt 2015 in Basel 1'144 entsprechende Mietobjekte. Was 2008 bescheiden mit Sofa und Frühstück in San Francisco begann, hat sich innert kürzester Zeit zum Milliarden-Geschäft mit globaler Ausrichtung entwickelt. Die durchschnittlichen Airbnb-Zimmerpreise sind wesentlich tiefer als jene in Hotels. Die Zeichen werden immer deutlicher: Die Hotellerie ist vom gleichen Phänomen bedroht wie die Musikindustrie durch Online-Plattformen oder das Taxigewerbe durch Uber. Die Digitalisierung bringt konventionelle Geschäftsmodelle ins Wanken.

### **Klumpenrisiko Messetourismus**

Für 2018 stellt Tourismusdirektor Daniel Egloff im Jahresbericht fest, dass die Erträge pro Zimmer aufgrund der Ausweitung der Bettenzahl gesunken seien. Neu hinzukommende Hotelbetriebe würden dazu führen, dass sich die Situation noch zuspitzen werde. Sorge bereitet ihm

auch die unsichere Entwicklung von Messeplattformen. Deshalb müsse der Tourismus in Basel die Weichen für die Zukunft stellen. Die Investitionen ins Freizeit- und ins Kongressmarketing zielten darauf ab, das Klumpenrisiko Geschäfts- und Messetourismus zu kompensieren. Man werde sich weiterhin auf den Ausbau des Freizeittourismus konzentrieren.

In der Tat kommt die Messe Schweiz ins Schlingern, das Geschäft bricht ein, die Erträge der Uhren- und Schmuckmesse schrumpfen, an der Spitze der MCH Group kommt es zum Eklat. Die Messe wird zum Sanierungsfall und es fehlt an Kapital, um sie neu aufzustellen. Mit dem kontrovers diskutierten Einstieg von James Murdoch ins Unternehmen scheint die finanzielle Schieflage nun aufgefangen zu sein. Doch der damit verbundene Umbau der Beteiligungen bringt auch Unsicherheiten mit sich, die den Tourismusstandort Basel tangieren. Zwar signalisiert der Sohn des Medientycoons Rupert Murdoch, dass ein Wegzug der Art Basel nicht zur Debatte stünde. Doch wie nachhaltig dieses Commitment ist, wird sich erst noch weisen müssen.

### **Corona-Krise bringt Tourismus zum Erliegen**

Als im März 2020 die Weltgesundheitsorganisation eine neue Krankheit unter der Bezeichnung COVID-19 zur Pandemie erklärt und in vielen westlichen Ländern ein Lockdown erklärt wird, bedeutet dies auch einen völligen Stillstand des Tourismus. Die Hotels hierzulande müssen zwar qua bundesrätlicher Verordnung nicht schliessen. Wegen Reisebeschränkungen, ausfallender Veranstaltungen und fehlender Gäste sehen sich aber viele von ihnen gezwungen, den Betrieb zeitweise einzustellen, insbesondere in den Städten. Gemäss Jahresbericht von Basel Tourismus sinkt die Anzahl der Basler Logiernächte 2020 gegenüber dem Vorjahr um 61,7 Prozent. Die Fluggesellschaften reduzieren ihre Flotten und ihre Stellen. Easyjet zieht im Mai 2021 zwei von zwölf Flugzeugen vom EuroAirport ab. Der weitgehend ausbleibende Geschäftstourismus schlägt sich auch in den Zahlen der MCH Group für 2020 nieder, sie weist einen Verlust von 72 Millionen Franken aus. Die Augen der Messeveranstalter und der Basler Tourismusbranche sind auf die nächste Ausgabe der Art Basel ausgerichtet, die für 24. bis 26. September 2021 angesetzt ist.

Christoph Bosshardt, Vizedirektor von Tourismus Basel, geht davon aus, dass sich Geschäftsreisen und Freizeittourismus aus den Fernmärkten frühestens 2022 langsam erholen werden. Der für Basel wichtige Geschäfts- und Kongresstourismus werde in diesem Jahr nicht mehr stattfinden. Vergleichsweise bessere Aussichten hätten indes Hotels, die auf die Zielgruppe der Freizeittouristen setzten, etwa das «Nomad», der «Teufelhof» oder der neue «Märthof». Raphael Wyniger, der Präsident des Basler Hotelier-Vereins, prognostiziert der Hotellerie noch einen langen Weg. Weder ist abzusehen, was die nunmehr eineinhalb Jahre Pandemie in der Branche alles angerichtet haben, noch, wie sich die Dinge entwickeln werden. Nichtsdestotrotz: Man reist wieder.

### **«This is Basel»**

Für einen Neuanfang muss ein neuer Markenauftritt her. Basel Tourismus tritt seit Mai 2021 lapidar unter dem Claim «This is Basel» auf. Damit wolle man gezielt ein jüngeres, weltoffenes und digital geprägtes Publikum ansprechen, so der Verein. In den Bereichen Kunst und Architektur soll Basel zum Geheimtipp in Europa werden. Daneben will eine Initiative unter der Federführung des Standort-Marketings nach dem Scheitern des Rahmenabkommens das Verhältnis der Schweiz und Basels zur EU kitten. Unter dem etwas umständlichen Motto «Basel. Wo die Schweiz in Europa zuhause ist» veranstaltet das Präsidialdepartement mit diversen Partnern Netzwerkanlässe in verschiedenen europäischen Städten. Ziel der Charmeoffensive sei es, für die guten Beziehungen der Schweiz mit Europa zu werben und Basel als Tor zur Schweiz zu positionieren. Da ist es wieder, das Tor. Allerdings nicht mehr als Tor der Schweiz, sondern als Tor zur Schweiz. Auch das Gold ist abhandengekommen.

Mit etwas Gold wartet aber das Hotel «Märthof» auf, das unter diesen Umständen zum hoffnungsvollen Symbol für einen Neuanfang wird. Hinter der Fassade des 1897 erbauten Gebäudes versteckt sich ein Interieur mit Anleihen an die goldenen Zwanzigerjahre, das Hausrestaurant heisst «Bohemia». Trotz Pandemie und Krise der Hotellerie habe sich die Umnutzung in ein Hotel als beste Option erwiesen, sagt Martin von Bertrab, Leiter der BâleHotels, anlässlich der Eröffnung gegenüber der BaZ. Vielleicht passt die Anspielung auf die Roaring Twenties und die Bohème doch besser zum Projekt, als man auf den ersten Blick meinen könnte. Manch ein Trendforscher prognostiziert für die Zeit nach der Pandemie eine gesteigerte Konsum- und Vergnügungslust, für die die 1920er-Jahre berühmt waren. Die Art Basel 2021 ist hierfür der erste Testfall.

#### Über die Autorin

Nathalie Baumann hat Geschichte und Germanistik in Basel studiert und mit dem Lizentiat abgeschlossen. Sie ist verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit an der Universitätsbibliothek Basel und schreibt für die Chronik des Basler Stadtbuchs sowie das Projekt Stadt.Geschichte.Basel.

#### Beiträge zum Thema im Basler Stadtbuch

«Basel ist offen für seine Gäste: Alte und neue Aufgaben der Hotellerie» (Ernst Schmidt, Basler Stadtbuch 1975, S. 185–198)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1975/1975\\_1425.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1975/1975_1425.html)

«Streiflichter aus der Geschichte des Hotels Drei Könige» (Gustaf Adolf Wanner, Basler Stadtbuch 1976, S. 167–176)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1976/1976\\_1459.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1976/1976_1459.html)

«100 Jahre Basler Hotellerie» (Eduard Frei, Basler Stadtbuch 1983, S. 155–158)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1983/1983\\_1727.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1983/1983_1727.html)

Vom Verschönerungsverein zur touristischen Marketingagentur – Das neue Verkehrsbüro (Hans-Peter Ryhiner, Basler Stadtbuch 1985, S. 159–164)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1985/1985\\_1834.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1985/1985_1834.html)

«Der Teufelhof, der fast zum Teufel ging» (Hanns U. Christen, Basler Stadtbuch 1989, S. 164–166)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1989/1989\\_2051.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1989/1989_2051.html)

«100 Jahre Verkehrsverein Basel: Vom Wandel der Zeiten» (Hans-Peter Ryhiner, Basler Stadtbuch 1990, S. 187–190)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1990/1990\\_2148.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/1990/1990_2148.html)

«EasyJet beflügelt den Basler Tourismus» (Stefan Schuppli, Basler Stadtbuch 2006, S. 56–58)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2006/2006\\_2956.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2006/2006_2956.html)

«Les Trois Rois: Das Grandhotel in neuem Glanz» (Anne Nagel, Basler Stadtbuch 2006, S. 199–203)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2006/2006\\_2979.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2006/2006_2979.html)

«Den Namen «Basel» in die Welt getragen: Die Euro 2008, ein Segen für die Tourismusdestination Basel» (Daniel Egloff, Basler Stadtbuch 2008, S. 75–77)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2008/2008\\_3032.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2008/2008_3032.html)

«Touristische Glanzleistung: Der Basler Tourismus verzeichnet Jahr für Jahr Rekorde» (Helen Weiss, Basler Stadtbuch 2014, S. 89–93)  
[http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2014/2014\\_3326.html](http://www.baslerstadtbuch.ch/stadtbuch/2014/2014_3326.html)







Hotel «zum goldenen Kopf» an der Schiffflände, um 1835



Hotel «zur Blume» (links) und «Hôtel des Trois Rois» (Mitte), 1905



«Grand Hôtel et Savoy Hôtel Univers» beim Bundesbahnhof, um 1910



Hotel «Continental» (links) und Hotel «Jura» (rechts) am Centralbahnplatz, um 1910



Hotel «Europäischer Hof» in der Steinvorstadt, 1912



Hotel «Bernerohof & du Parc» bei der Elisabethenanlage, um 1925



Hotel «Rheinfelderhof» an der Hammerstrasse, um 1930



Grandhotel «Victoria & National» am Centralbahnplatz, um 1930

Basler Hotels der Belle Époque auf historischen Ansichtskarten (Privatsammlung)





gültig vom 1. Mai bis 30. September 1912.

[illegible]

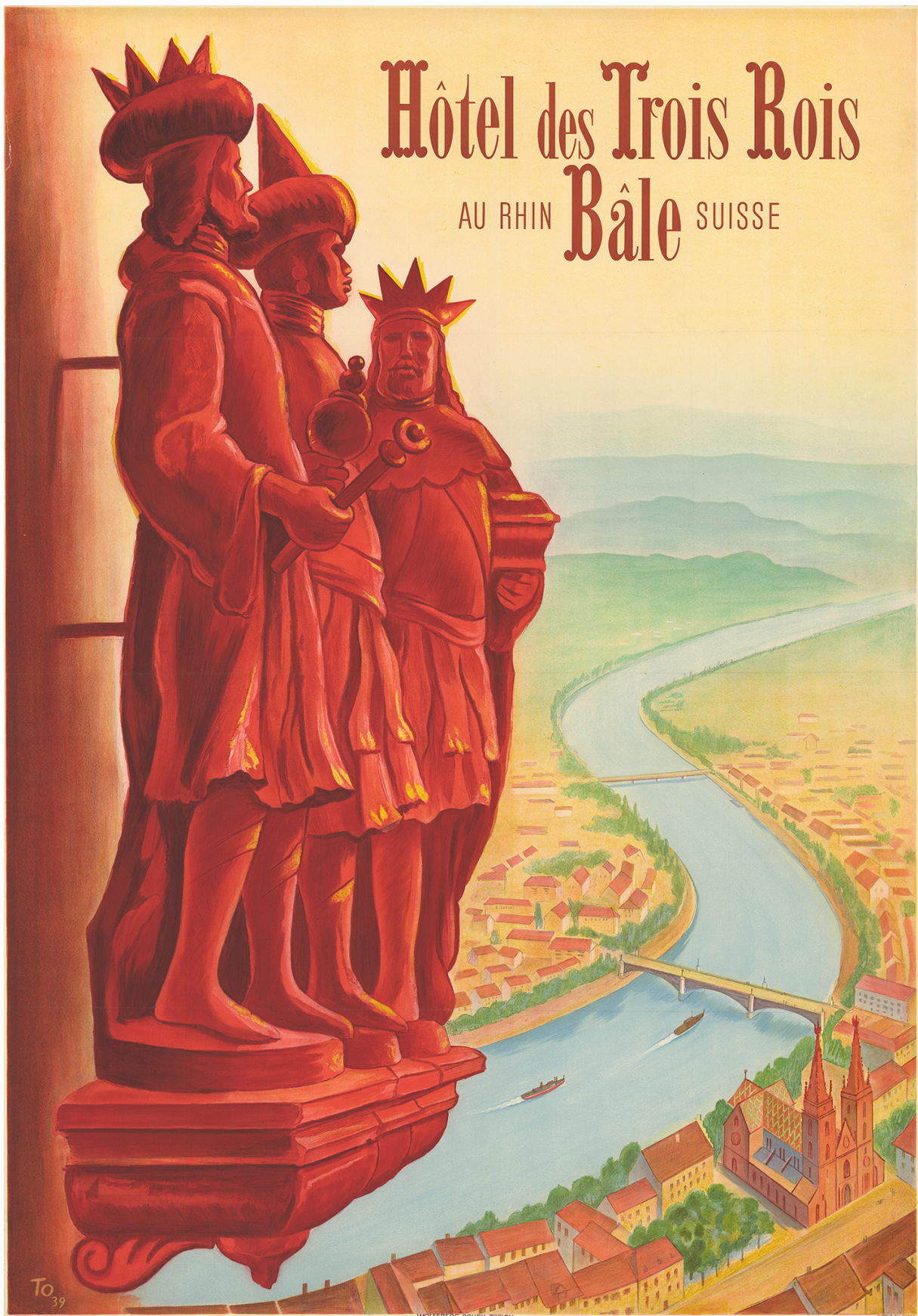
Tourismus-Plakat, 1912 (© Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel)





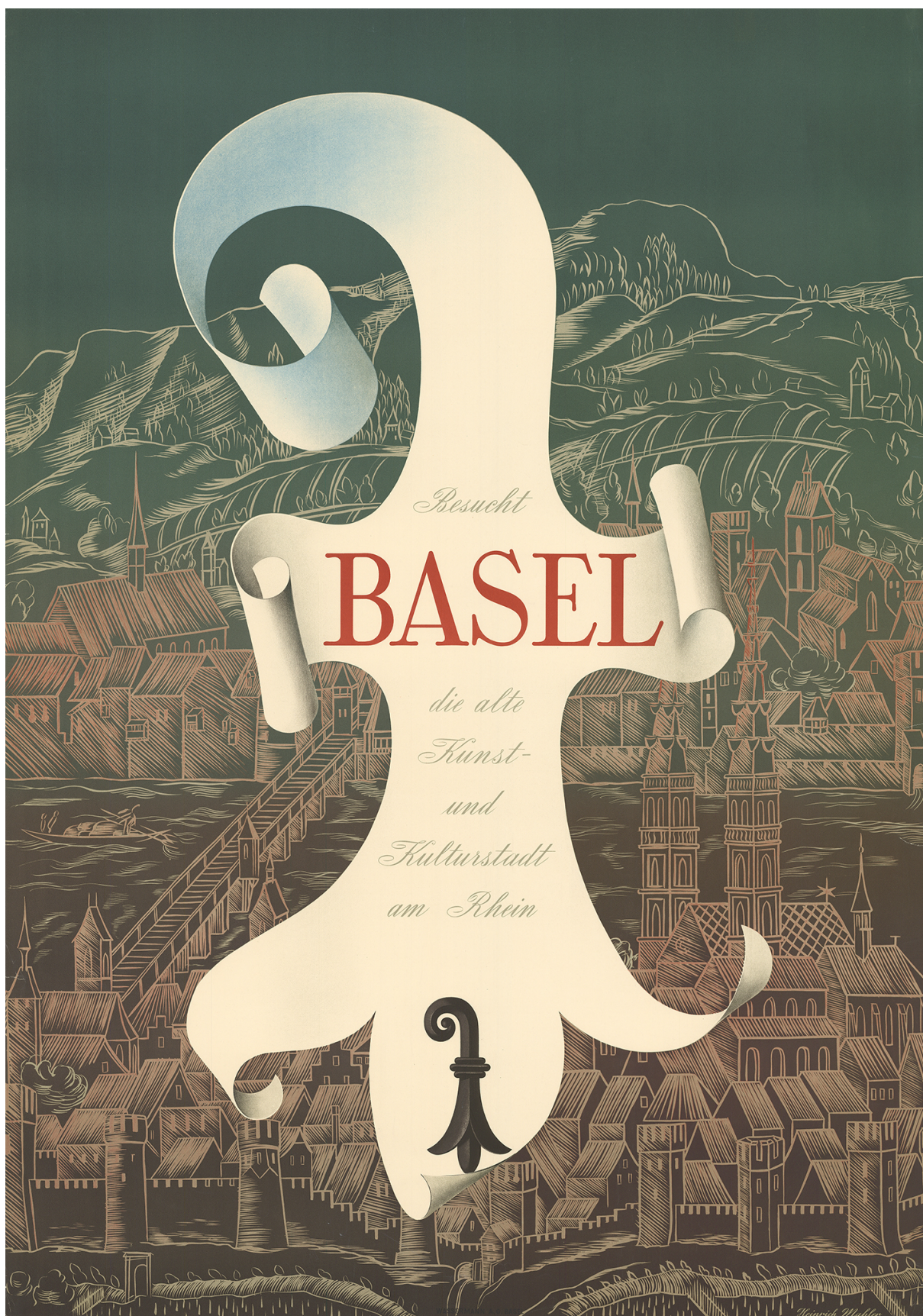
Basel-Werbeplakat, Entwurf: Hedwig Meyer, 1937 (Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel)





Werbeplakat für das «Hôtel des Trois Rois», Entwurf: Hans Tomamichel, 1939  
(Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel)





Basel-Werbeplakat, Entwurf: Heinrich Mahler, 1942 (Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel)





Basel-Werbeplakat, Entwurf: Celestino Piatti, 1957 (© Verein «Celestino Piatti – das visuelle Erbe», Basel)





Hotel «Märthof» am Marktplatz (© Hotel «Märthof» by BäleHotels)



Hotel «Märthof», Rezeption (© Hotel «Märthof» by BäleHotels)



Hotel «Märthof», Restaurant und Bar «Bohemia» im Parterre (© Hotel «Märthof» by BäleHotels)



**Besuch in Basel**

Neuer Touribus, neues Vergnügen: als Baslerin mitfahren. Das ist manchmal komisch, manchmal lehrreich. Und einige Geschichten hört man auf der Tour gleich zweimal.

# RUNDEFAHRT MIT DEM TOURIBUS



von Jara Petersen

**S**eit zwei Monaten hat auch Basel einen Touristenbus. Einen, wie es ihn in anderen Städten längst gibt: Rundfahrt mit «Hop-on» und «Hop-off» an 14 Haltestellen und mit grossen Panoramafenstern. Ein iPad vor jedem Sitz zeigt die Route und Zusatzinfos und über ein Audiofile erfährt der Gast, warum wichtig ist, was draussen vorbeizieht. Manchmal würde man von selbst ja nicht darauf kommen.

«Erleben Sie Basel kompakt – steigen Sie ein! Die oft unterschätzte Stadt Basel ist voller interessanter Sehenswürdigkeiten», steht auf der Website des privaten Betreibers.

Hört sich doch gut an. Aber was kriegt der Tourist bei der «BaselCityTour» zu sehen? Und wer gönnt sich eigentlich so ein Fährtchen? Ich steige am Tinguelybrunnen ein («hop-on») und mache die zweistündige Tour mit. Unterwegs habe ich die besten Sätze aufgeschnappt.

#### «Tipp 1: Wählen Sie die Sprache»

Wie es sich für einen guten Touristenbus gehört: Man muss nichts machen. Auch nicht denken. Im Sitzen kriegt man die Essenz einer Stadt eingeflösst. Und gleich zu Beginn leuchtet vorne im Bus auf einem Bildschirm ein Tipp zur Sprach-

einstellung für das iPad auf: «Wählen Sie die Sprache.» Okay, dieses Bisschen muss man selber machen. Aber dann: zurücklehnen, schauen, zuhören.

Bei der Citytour empfängt das iPad die Infos zu den einzelnen Stationen per GPS. Technisch nicht ganz unproblematisch: Unten bei der Heuwaage erfährt man zum ersten Mal, warum die so heisst. Später, wir fahren über das Viadukt, empfängt das iPad noch einmal dieselbe Information: Die Heuwaage heisst so, weil hier mal Heu gewogen wurde. Und nun wissen wir das für immer.

#### «Wir fahren jetzt aufs Dreiländereck zu. Ihre Möglichkeiten: ein Spaziergang zur Skulptur»

Das muss man dem neuen Touribus lassen: Er gibt sich alle Mühe, dem Besucher auch Orte jenseits der ausgetretenen Innenstadtpfade zu zeigen. Deshalb sind wir jetzt in Kleinhüningen gelandet. «Ein romantisches Fischerdorf» sei es einmal gewesen. Lauschige Ecken gibts ja immer noch in Kleinhüningen.

Der Bus kreuzt aber nur den Wiesenplatz. Und das Stücki-Zentrum, kurz landen wir deshalb auf der Autobahn. Das ist mir ein wenig unangenehm. Ich will nicht, dass die auswärtigen Gäste unsere hässliche Autobahn sehen! Kurz vor dem

Dreiländereck aber kommt dank Audiofile epische Stimmung auf: «hier, ein Symbolort!» Keiner steigt aus.

#### «Das Besondere dieser Brücke: Sie ist doppelstöckig»

Eine Rundfahrt durch eine Stadt, die man längst kennt, ist speziell: Ich fühle mich ein bisschen hinterhältig. Wie jemand, der nur drauf wartet, grinsen zu dürfen. Wie ein fieser Besserwisser, der gähmend testet, was sich andere mühsam ausgedacht haben.

«Achten Sie bitte auf den Farbverlauf der Fassade», sagt die Männerstimme im Ohr. Die bunte Fassade des Kinderspitals zieht vorbei. Das ist mal praxisbezogene Wissensvermittlung. Jetzt wissen gleich alle, wo die Notaufnahme wäre.

#### «Es kommen und gehen Zigeunerwagen»

Hoffentlich hat das keiner gehört, du politisch unkorrektes Audiofile, du! Die Beschreibung des Durchgangsplatzes für Fahrende ist unschön. Wir sind beim Hafenareal. Ein alternativer Freiraum sei hier ausserdem am Entstehen, wird erzählt. Sie geben sich echt Mühe, facettenreich zu sein, denke ich. Aber dann dreht der Bus auf dem Kehrlplatz bei der gelben Industriehalle, von wo aus die Landestelle

Und das ist auch von Herzog & de Meuron: Die Star-Architekten spielen eine prominente Rolle auf der Tour. FOTO: A. PREOBRAJENSKI





## So fährt der Touristenbus

- 01 St. Johann/River Cruise
- 02 Novartis Campus
- 03 Dreiländereck/River Cruise
- 04 Klybeck Uferstrasse/River Cruise
- 05 Kaserne
- 06 Messe Basel/Fair
- 07 St. Alban-Fähre
- 08 Museum Tinguely/Roche-Turm
- 09 Papiermühle
- 10 Kunstmuseum Basel/Münster
- 11 Tinguely-Brunnen/Tourist Information
- 12 Basel SBB/Tourist Information
- 13 Spalenberg
- 14 Schiffflände/Hotel Les Trois Rois





nur für Ortskundige erkennbar ist. Die Gäste sehen den alternativen Freiraum gar nicht. Vielleicht hätten sie dort was trinken gehen wollen! In mir wallen ungekannte Gefühle touristischer Fürsorge auf.

### «Weil am Rhein: traditionell beliebter Ort für Einkäufe und Gastronomie»

Vielleicht holen wir uns alle mal ein billiges Eis drüben, möchte ich schon vorschlagen, als der Exkurs zum Einkaufstourismus kommt. Die indische Familie funkt dazwischen. Sie fragt, ob hier die Shoppingmeile sei.

### «Häschi s Foti übercho?»

Zwei Zürcherinnen finden es famos im Bus. «Richtig famos». Sie plaudern mit dem Chauffeur. Sie verfallen in laute, schmachtende Seufzer, als wir an der alten Stadtmauer im Dalbetal vorbeifahren. Die Ladies überlegen sich sogar, offzuheppen, um, wie das Audiofile vorschlägt, mit der Fähri über den Rhein zu schippern. Dann ruft Ueli an. «Ueli!! Häschi s Foti übercho?»

Mir mached Säitsii-ing! In Basel!», quetschen sie in ihr Handy. Sie wirken hell begeistert, ununterbrochen. Famos.

### «We don't need to go to the museum, right?»

Station Tinguely-Museum. Hier seien tolle Skulpturen ausgestellt, erzählt das Audiofile. Das ältere amerikanische Paar ist gereizt, seit es ongehopppt ist. Es ist heiss im Bus und es gibt KEINE Klimaanlage. Old Europe muss ihnen zutiefst mittelalterlich vorkommen. «We don't need to go to the museum, right?», fragt die Frau erschöpft. «Nou nou», antwortet der Fahrer beschwichtigend. Er macht kurz Halt für die Zwei: Die iPad-Sprache wird korrekt eingestellt.

### «Ein UFO, das Menschen ansaugt und wieder ausspuckt»

Unser Bus ist jetzt im Weltall. Das Messergelände katapultiert das Audiofile in neue Sphären: beinahe poetisch, die spacie Beschreibung für ein Gebäude. Architektur wird oft thematisiert auf der Tour. Mit

besonders zuverlässiger Regelmässigkeit erwähnt werden die «international tätigen» Herzog & de Meuron. Dass Basel eine Kunststadt ist, natürlich auch. Und die Chemie. Das sind, über die ganze Strecke, die Hauptingredienzen.

Zum Schluss erklingt «Z Basel an mym Rhy». Bis zur dritten Strophe. Dann würgt ein GPS-Audiosignal dazwischen: «Wir sind jetzt wieder beim Tinguelybrunnen angelangt.»

tageswoche.ch/+15k7j

×

**Der Touristenbus fährt seit Mitte April durch Basel. Tickets und weitere Infos zum Angebot sind auf [baselcitytour.ch](http://baselcitytour.ch) erhältlich.**

## Besuch in Basel

# Die Schweiz steckt in einer Tourismuskrisen. Von dieser bleibt Basel aber weitgehend verschont: Zahlen, Daten und Fakten. Touristenmagnet Basel

von Gabriel Brönnimann

**S**ommerferienzeit. Der Puls der Stadt verändert sich. Während manche Wohnquartiere beinahe menschenleer in der Sonne vor sich hin schmoren – man munkelt gar, es seien hier und dort freie Parkplätze gesichtet worden –, herrscht in Schwimmbädern, in Parks, auf Spielplätzen und am Rheinufer Hochbetrieb.

Aber längst nicht nur Einheimische geniessen den Basler Sommer. Der Juli 2015 war der zweitbeste Monat des vergangenen Jahres für die Hotellerie: 114 535 Logiernächte wurden verzeichnet. Für den Juli-Peak gesorgt hat laut Statistik von Basel Tourismus auch das Basel Tattoo.

### Rekord jagt Rekord

Doch wer derzeit durch die Basler Altstadt oder dem Rhein entlang flaniert, wer Museen besucht oder vom Ausverkauf in den Läden im Gross- und Kleinbasel profitieren will, der merkt schnell: Nur am Tattoo kann es nicht liegen, es hat überall auswärtige Besucherinnen und Besucher, die es sich in Basel gut gehen lassen.

In den letzten zehn Jahren ging es mit den Besucherzahlen in Basel-Stadt nur bergauf: 1201796 Logiernächte wurden

2015 in den Basler Hotels gebucht, 38 858 oder 3,3 Prozentpunkte mehr als ein Jahr zuvor. Verantwortlich für den Anstieg bei den Übernachtungen waren laut Basel Tourismus sowohl Gäste aus der Schweiz wie auch Gäste aus dem Ausland.

### Es brummt

Beide Gruppen haben die höchste je gemessene Übernachtungszahl verzeichnet. Einheimische Gäste buchten 398 179 oder fast zehn Prozent mehr Übernachtungen als im Jahr davor. Bei den Besuchern aus dem Ausland – sie stammen grösstenteils aus Europa, gefolgt von Gästen aus den USA und Asien – betrug der Zuwachs 0,6 Prozent (803 617 Logiernächte).

## In den letzten zehn Jahren ging es mit den Besucherzahlen in Basel-Stadt nur bergauf.

Nicht nur die Basler Hotellerie darf sich freuen. Die Basler Wirtschaft darf es allgemein. Laut «Tourism Monitor 2013» geben über vier von zehn Gästen in der

Schweiz mehr als 150 Franken pro Person und Tag aus – und 15,6 Prozent der befragten Personen bezeichneten sich selbst als «High Spenders».

Und es gibt keine Anzeichen, dass der Aufwärtstrend gestoppt würde: Letzten Monat gab es einen neuen Rekord: Mit 121 213 registrierten Logiernächten hat der Juni 2016 den höchsten je in einem Monat gemessenen Wert an Übernachtungen seit Beginn der statistischen Aufzeichnungen vor gut 80 Jahren erzielt.

### Im Ausland immer beliebter

Zuzuschreiben ist die Zunahme einzig und allein den ausländischen Gästen. Ihre Nachfrage ist gegenüber dem Juni 2015 um 2,1 Prozent auf 89 314 Übernachtungen angestiegen. Mehr Gäste kamen aus Italien (+23,9 Prozent), dem Vereinigten Königreich (+14,2) und den USA (+13). Gäste aus dem Inland hingegen buchten 31 899 Übernachtungen. Das sind 3,2 Prozent weniger als noch im Vorjahr.

tageswoche.ch/+b7zew

×



# Basel Stadt Land Region

## So kassieren Basler Hotels an der Art Basel ab

**Preise steigen massiv** Während der Art Basel nutzen die Hoteliers die hohe Nachfrage aus dem Ausland. Gäste finden zwar noch freie Hotelzimmer. Die Preise haben es aber in sich.

Kurt Tschan

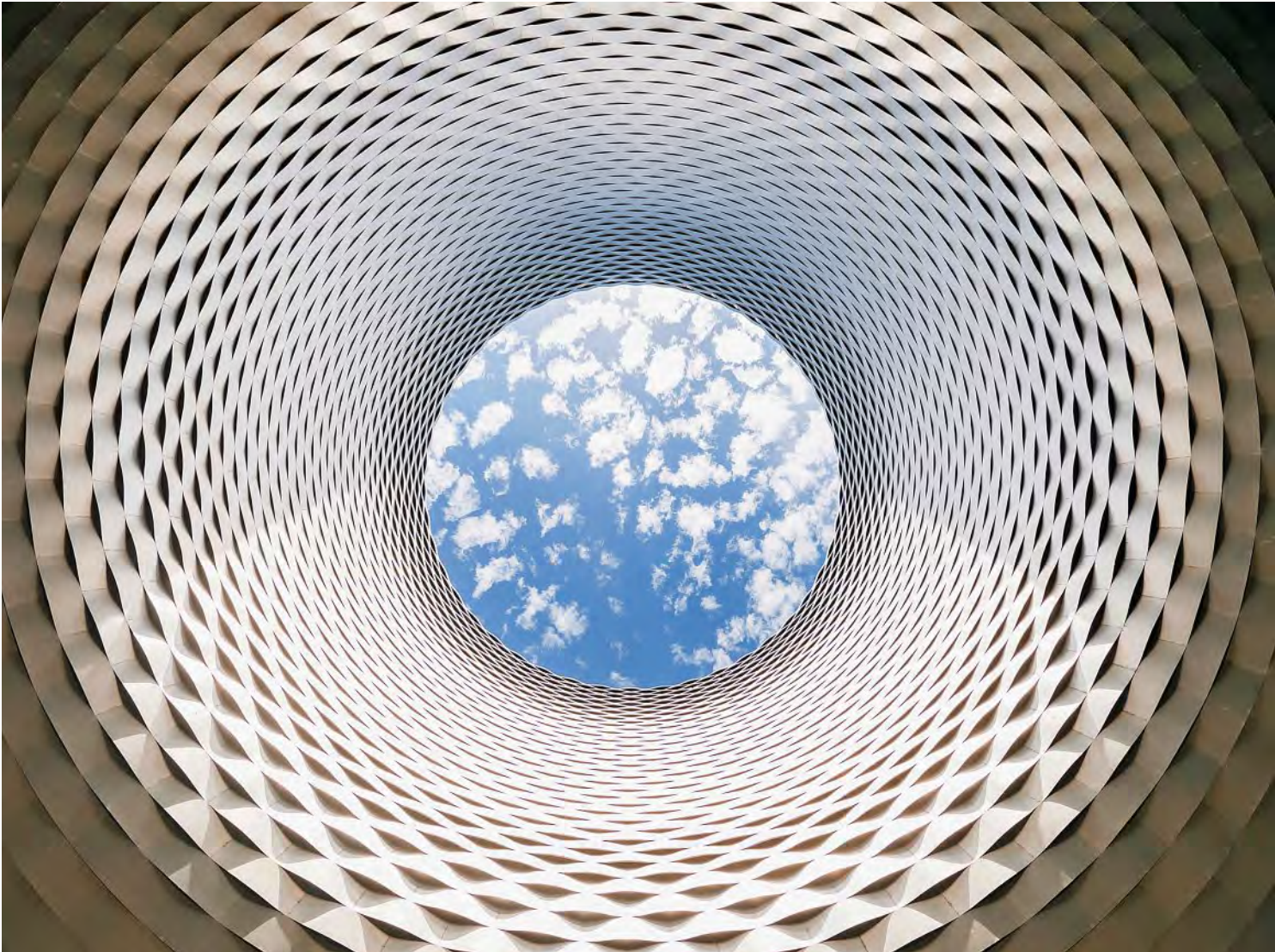
Ein grüner Salat für 30 Franken. Die «teuerste Bratwurst der Welt», wie ein amerikanischer Journalist von der Messe in Basel berichtete, und ein Hotelzimmer, das achtmal so teuer war als sonst. Machen Abzocker an der Art Basel, die vom 20. bis zum 26. September 2021 stattfinden wird, wieder grosse Kasse und stopfen Löcher, die während der Corona-Pandemie entstanden sind?

Das Beispiel des Hotels Hyperion lässt solche Bedenken aufkommen. Aktuell bezahlt man im 4-Stern-Hotel für ein Superior-Zimmer 145 Franken pro Nacht. An der Art müssen Gäste aber mindestens fünf Übernachtungen buchen, der Zimmerpreis klettert auf exorbitante 1190 Franken, wie diese Zeitung berichtete. Ein Einzelfall? Keineswegs. Im Euler kostet ein Bett zwischen dem 16. und dem 20. August 536 Franken, zwischen dem 20. und dem 24. September schon satte 3100 Franken. Auch das Hotel Märthof lässt es bei den Preisen ordentlich krachen: Der Gast muss vom 20. bis zum 24. September für ein Superior-Zimmer 2515 Franken bezahlen. In der Vergleichsperiode im August sind es 776 Franken.

### Der Gast entscheidet selbst

Mit einem ähnlichen Preis-Feuerwerk startet auch das neue Mövenpick-Hotel im Baloise Park, das Anfang September mit Verspätung eröffnet wird. Für vier Übernachtungen während der Art Basel bezahlt der Gast 3320 Franken. Mitte Oktober sind es 344 Franken. The Passage kostet zwischen dem 20. und dem 24. September 3550 Franken für vier Übernachtungen gegenüber 512 Franken im Juli.

Erfreulich für Art-Basel-Besucher ist jedoch, dass es noch viele freie Zimmer in allen Preiskategorien gibt. Im B & B Hotel an der St.-Jakobs-Strasse bezahlt der Gast vom 20. bis zum 24. September 1414 Franken. Aber auch das sind 1046 Franken mehr als für die gleiche Anzahl Übernachtungen etwa im Juli. Vergleichbar sieht es im Ibis Style mit Gesamtkosten von 1465 Franken aus. Der Art-Basel-Aufschlag von 1073 Franken ist ebenfalls happig.



Das Skylight soll für die Messe Basel bald wieder aufgehen. Durch die Art Basel erhoffen sich die Basler Hotels grosse Umsätze. Foto: Loïc Lagarde

Nadine Minder, Geschäftsführerin von Hotelleriesuisse Basel und Region, dem früheren Basler Hotelier-Verein, kann Preise wie bei Hyperion nur bedingt nachvollziehen. «Auch wir erachten unter den gegebenen Umständen den genannten vierstelligen Preis als zu hoch», sagt sie. «Er ist wohl das Resultat einer zentralen Preisbildung in einer europäischen Hotelzentrale ohne Einbezug der lokalen Gegebenheiten», sagt Minder. Das Hyperion ist im Besitz der Hospitality Alliance GmbH in München.

Wenn es darum geht, schwarze Schafe unter den Basler Hotels beim Namen zu nennen, meldet Nadine Minder allerdings Vorbehalte an. «Grundsätzlich ist es so, dass der Pranger seit dem Mittelalter nicht mehr gang und gäbe ist», sagt sie. Letztlich ent-

scheide der Gast selbst, welches Angebot er nehmen möchte.

Fixe Übernachtungszahlen bezeichnet sie als «übliche Yielding-Strategien». Diese würden global angewendet und seien etabliert. Dadurch vermeide man schlecht zu verkaufende Lücken und schütze einen Teil der Verfügbarkeit für Gäste, welche länger bleiben möchten.

### Hotels sehr gut ausgelastet

Christian Jecker, Sprecher der MCH Group, zu der die Art Basel gehört, sagt: «Im Kunstmarkt und bei der Art Basel stehen alle Zeichen auf äusserst positiv.» Man stehe in engem Kontakt mit den Behörden und Partnern. Es seien sich alle der grossen Bedeutung der Art Basel und ganz speziell der Ausgabe im September bewusst «und werden ihre

erfolgreiche Durchführung mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln unterstützen». Die Hotel- und Gastronomiebranche sei gewillt, «Basel von einer ausgesprochen gastfreundlichen Seite und zur vollen Zufriedenheit unserer Kunden und Gäste zu zeigen».

Christoph Bosshardt von Basel Tourismus ist froh, «dass die Art Basel wieder physisch stattfindet, denn nur dadurch entsteht auch touristische Wertschöpfung für unsere Stadt». Die Messe habe in normalen Jahren mit ihren rund 100'000 Besuchern zwischen 35'000 und 40'000 Übernachtungen generiert. Wie die Zahlen in diesem Jahr aussehen würden, wisse man noch nicht. «Wir dürfen aber davon ausgehen, dass sie sehr erfreulich sein werden.»

Absehbar ist gemäss Bosshardt, dass die Messe 2021 etwas kleiner und in Bezug auf die Besucher europäischer ausfallen wird als in normalen Jahren. Dennoch werde die Auslastung in den Hotels und den Gastronomiebetrieben sehr gut sein.

### Grosse Bandbreite

Konkrete Preisabsprachen seien ihm nicht bekannt. Die Preise der Hotelzimmer, welche Basel Tourismus für die VIP verwalte, würden sich im Rahmen der vergangenen Jahre bewegen. Für den Zeitraum der Art Basel seien Zimmerpreise in der gewohnt grossen Bandbreite zu finden.

Die Art Basel zeigt Kunst des 20. und des 21. Jahrhunderts und gilt als führende Weltmesse des internationalen Kunstmarktes. Über 250 sorgfältig ausgewählte

«Ich bin überzeugt, dass fast alle Anbieter die Preise verantwortungsvoll festlegen.»

Maurus Ebnetter  
Präsident Wirtverband  
Basel-Stadt

Aussteller der weltweit bedeutendsten Galerien machen die Messe zum wichtigsten Museum auf Zeit. Eine Scheibe von diesem Geschäft abschneiden wollen sich auch die Gastronomen. Wirt-Präsident Maurus Ebnetter spricht von einem «sehr bedeutsamen Anlass». Die Wirte gingen jedoch von einer wesentlich kleineren Messe aus. Die Besucher und Aussteller aus den Fernmärkten würden weitgehend fehlen.

Für die Preisgestaltung seien einzig die Unternehmer zuständig. «Ich bin überzeugt, dass fast alle Anbieter die Preise verantwortungsvoll festlegen», sagt er. Und Bosshardt verweist darauf, dass sich das Angebot an Hotelzimmern in den letzten Jahren stark vergrössert hat. Deshalb sei auch das generelle Preisniveau vor allem am Wochenende gesunken.



Region

# Ein Reich mit vier Sternen für Bohemiens und Flaneure

**Übernachten am Marktplatz** Coop hat eine Problem-Immobilie in der Basler Innenstadt innerhalb von vier Jahren zu einem trendigen Boutique-Hotel umgebaut. Der neue Treffpunkt am Marktplatz soll auch die Basler Gastroszene beleben.



Der Märthof zeigt sich Passanten gegenüber offen. Die Terrasse grenzt direkt an den Marktplatz. Fotos: Nicole Pont



Der Blick von der Dachterrasse zeigt Basel von einer neuen Seite.



Klare Formsprache: Modernität und Klassik ergänzen sich gut.



In den Zimmern ist die Geschichte des Hauses gut abgebildet.



Patrizia Stalder hat die Boheme farblich adaptiert.



Kein Zimmer gleicht dem anderen. Jedes hat einen eigenen Anspruch.

Kurt Tschan

Warme Goldtöne, Samtbezüge in dichten Farben, Einfassungen aus Eichenholz und teure Mosaikböden empfangen ab Mittwoch Gäste im neuen Basler Hotel Märthof. Burckhardt+Partner haben den historischten Märthof umfassend saniert und ihn zu einem 4-Stern-Hotel umgebaut. Der Anspruch, ein Boutique-Hotel zu sein, wird übertroffen. Während man an anderen Orten Mühe hat, seinen Koffer zu versorgen, hat hier der Gast selbst in der günstigen Preiskategorie verschwenderisch viel Platz zur Verfügung. Auch die Badezimmer sind geräumig, entweder ganz oder teilweise offen in die Räume integriert. Wer will, kann in der Badewanne liegen und dem Treiben auf dem Marktplatz zuschauen.

Die Boheme bildet die gestalterische Grundlage des neuen

Basler Hotels. Sie steht für junge Künstler und Intellektuelle in Grossstädten, insbesondere für jene aus dem Pariser Quartier Latin im 19. Jahrhundert. Diese schätzten das Geld gering und idealisierten die Kunst. Auf dieser Grundhaltung entwickelte Innenarchitektin Leslie Nader von Nader Interior im Märthof eine eigene Formsprache, die durch bunte Werke der Basler Illustra-

Die Geschichte des Märthofs

Der Märthof bestand einst aus fünf unabhängigen Häusern. Die ersten drei Gebäude wurden 1897 als Wohn- und Geschäftshaus mit einer Wirtschaft zum Marktplatz erbaut. 1900 fand der Kopfbau seinen Abschluss mit einem weiteren Gebäude Richtung Eisengasse. Die Fassade an der Eisengasse folgte in der Gesamtdisposition dem älteren Vorbild.

torin und Grafikerin Patrizia Stalder reizvoll erweitert wird. Analog zur Boheme und ihrem Anspruch auf individuelle Alleinstellungsmerkmale gleicht keines der 68 Zimmer im Märthof dem anderen. Dies ist aber primär der Gebäudehülle geschuldet, die beim Umbau aus denkmalschützerischen Gründen unangetastet blieb und den Gast etwa mit raffinierten klei-

Es variiert lediglich in den Fenster- und Detailformen. Das Geschäftshaus Zum Helm aus dem Jahre 1927 ist ein Dokument der Auseinandersetzung mit dem Neuen Bauen sowie der funktionalistischen Gestaltung von Geschäftshäusern in Basel. 1981 wurden die fünf Bauten im Inneren komplett abgebrochen und zu einem Gebäude vereint. (kt)

nen Balkonen überrascht, die von schmiedeeisernen Geländern eingefasst sind. Vier Jahre dauerte es von der Planung bis zur Realisierung. Die Bauzeit betrug 20 Monate. Coop prüfte verschiedene Verwendungszwecke. Trotz Coronapandemie und der damit verbundenen Krise der Hotellerie erwies sich die Umnutzung in ein Hotel als beste Option, wie Martin von Bertrab, Leiter Bäle Hotels, die zur Coop-Gruppe gehören, sagte. Angaben zu den Investitionen macht er nicht, ebenso wenig zur Rentabilität von Bäle Hotels. Die alte Rolltreppe, die im früheren Interdiscount das Innere beherrschte, ist ebenso verschwunden wie der uninspirierte Warenhauscharakter. Das neue Hotel ist organisch andockt an den Marktplatz. Die Terrasse wirkt einladend und so, als hätte es sie schon immer gegeben. Die Preise sind er-

schwinglich. Das gilt sowohl für die Zimmer wie für das Essen. Ein Beef-Tatar gibt es für 35 Franken, ein Chateaubriand für 59 Franken pro Person; ein Bohemia Burger mit Trüffel kostet 36 Franken, ein Doppelzimmer Anfang August erschwingliche 160 Franken. Ein weiterer Blick über die Dächer der Altstadt Das Herz des neuen Basler Hotels befindet sich auf der Dachterrasse, die einen weiten Blick auf die Dächer der Altstadt und die Spitzen der Kirchtürme freigibt. Zusammen mit dem Bankettraum, durch drei grosse, in Messingrahmen gefaste Lukarnen in weiches Licht gehüllt, erhält hier der Märthof einen äusserst stimmungsvollen Höhepunkt im sechsten Stock. Auch hier wird die Formsprache konsequent weitergeleitet. Historische Elemente verbinden sich

mit modernen. Nichts wirkt überladen, sondern äusserst einladend. Für die Terrasse braucht es eine Reservation. Sie ist nicht frei zugänglich. Relativ diskret angeordnet wurde der Eingangsbereich für die Hotelgäste. Dieser ist über die Marktgasse zu erreichen, eine von drei Seiten, an die das neue Basler Hotel angrenzt. Mit dem Märthof hat Coop jetzt fünf Hotels. Zu Bäle Hotels gehören auch das Pullman Basel Europe sowie das Victoria beim Bahnhof. In Muttentz kommen das Basler und in Bern das Savoy hinzu. Während Coop kräftig von Synergien zwischen den einzelnen Firmen profitiert, was im Märthof etwa mit Coop-Schöggeli sichtbar wird, gibt es lediglich bei der Supercard Abstriche. Punkte sammeln lassen sich nach einer Übernachtung oder einer Konsumation nicht, wie Bertrab bestätigt.



# Das Bijou am Marktplatz ist startklar

Das Boutiquehotel Märthof öffnet heute seine Tore. Die zur Coop-Gruppe gehörende «Bâle Hotels» sorgt mit 68 Zimmern und dem Restaurant Bohemia, das als Begegnungsort für Bevölkerung und Hotelgäste gedacht ist, für einen neuen Glanzpunkt am Marktplatz – spektakuläre Dachterrasse inklusive. Ein Rundgang.

Rahel Empl

«Vor rund zwei Stunden ist die Dachterrasse fertig geworden. Dann wurden endlich die Sonnenschirme geliefert. Quasi in letzter Sekunde», sagt Martin von Bertrab – und strahlt. Der Chef von «Bâle Hotels» wirkt beschwingt. Die Aussichten für sein frisch eröffnetes Hotel Märthof sind trotz der Coronakrise, die viele andere Häuser darben lässt, gut. Nicht nur im wahrhaftigen Sinne, wenn man von der Dachterrasse auf den Marktplatz sowie auf die Basler Altstadt blickt und in der Ferne den Gempfen erspäht. Auch im übertragenen: In 20 Monaten hat das Architekturbüro Burckhardt + Partner den «Märthof» mit seiner Neubarock-Fassade von Grund auf saniert und zu einem Boutiquehotel mit 68 Zimmern, einem Wellnessbereich und dem Restaurant Bohemia aufgehübscht, das nun auf grosses Interesse stösst.

Das Vier-Sterne-Haus trumpft mit einer freigespielten Fassade, grosszügigen Fensteröffnungen und einem Innendesign aus Eichenholz, Marmor und Stahl sowie Samt und goldenen Elementen im Art-Déco-Stil auf. Nichts erinnert mehr an die vergangenen Jahre, als der Elektronikfachhändler Interdiscount eine Filiale betrieb und das schmucke Gebäude ein Schattendasein fristete. Jetzt ist vielmehr Genuss angesagt: Das «Bohemia» mit seiner fünf Meter langen Bar, dessen Terrasse an den Marktplatz anknüpft, sei als Begegnungsort für die Bevölkerung gedacht; sie solle sich mit den Hotelgästen vermischen, sagt von Bertrab. So werde etwa samstags und sonntags jeweils ein ausgiebiger Brunch serviert – à la Carte.

**Es wird bereits rege gebucht – auch für die Fasnachtstage**

Von Bertrab sprach anlässlich der zereemoniellen Schlüsselübergabe an Hoteldirektor Alvaro Ferrandis gestern von einem emotionalen Moment: «Es ist sicher nicht der ideale Zeitpunkt, um ein Hotel zu eröffnen. Aber die vielen Rückmeldungen und Anfragen, die uns erreicht haben in diesen Tagen, sprechen eine positive Sprache.» So kann Ferrandis berichten, dass bereits rege Zimmer gebucht würden. Für die Eröffnungstage seien die Suiten mit frei stehender Badewanne und Blick auf den Marktplatz ausgebucht. Und sogar für die Fasnacht Anfang März würden Anfragen reinkommen – nicht nur für Zimmer, auch für Bankette im Restaurant.



Aufgehübscht: die neubarocke Fassade des «Märthofs».

Die Nachfrage ist derart gross, dass der Verein Pro Innerstadt Basel keine Chance mehr hatte. Man hätte gerne einen Anlass auf der Dachterrasse durchgeführt, jedoch sei diese an jenem Datum schon besetzt, sagt Geschäftsführer Mathias F. Böhm. «Das freut mich aber.» Denn er sei begeistert von der Entwicklung vor Ort; das Hotel stärke den Marktplatz und seine Umgebung direkt und bringe Freizeittouristen ins Herz der Stadt. Auf diese Gästegruppe, so Ferrandis, wolle man im «Märthof» mehrheitlich den Fokus legen, «was in der jetzigen Situation, in der sich der Geschäftstourismus noch nicht erholt hat, ein Glücksfall ist».

Der Senkrechstart des «Märthof» dürfte in der Hotelszene für Gesprächsstoff sorgen – und vielleicht auch für das eine oder andere neidvolle Wort. Mitnichten, meint Raphael Wyniger, Leiter der Wyniger-Gruppe und Präsident der Basler Hoteliers auf Anfrage – zumindest nicht aus seiner Sicht: «Mit dem Märthof bringt Bâle Hotels ein Bijou auf den Markt. Ich freue mich auf das Haus. Zudem ist die Gruppe lokal verankert und hat mit von Bertrab einen weitsichtigen Chef.» Wyniger gibt aber zu, dass der Standort sehr privilegiert sei. Hätte er nicht am liebsten selbst zugegriffen? «Da gab es nichts zum Zugreifen, der Standort ist Be-



Gute Aussichten: Hoteldirektor Alvaro Ferrandis (links) mit Martin von Bertrab, CEO von «Bâle Hotels». Bilder: Juri Junkov

standteil des Portfolios von Coop, zu der die «Bâle Hotels» gehören.»

Mit der Eröffnung des «Märthofs» hat sich die Division von Coop als wichtiger Player in der hiesigen Hotelszene etabliert. Daneben gehören drei weitere Vier-Sterne-Hotels der Gruppe an, nämlich das «Pullman Basel Europe» an der Clarastrasse, das «Victoria» beim Bahnhof SBB, das «Savoy» in Bern sowie das Drei-Sterne-Hotel Baslerlor in Muttenz. Ist Coop nun auf den Geschmack gekommen und wird weitere Immobilienbesitzer in Gasthäuser umwandeln? Nach der Schlüsselübergabe darauf angesprochen, meint von Bertrab: Es sei nichts spruchreif, «aber man sollte im Leben nie etwas ausschliessen». Interessante Möglichkeiten würden sicher geprüft. «Im Moment haben wir allerdings genug damit zu tun, den Märthof zum Fliegen zu bringen.» Sagt es, blickt über die Stadt – und geniesst die gute Aussicht.



Hier sprudelt bald das pure Leben: die Bar des Restaurants Bohemia. Es soll zum Begegnungsort für die Bevölkerung und die Hotelgäste werden.

## Ein umstrittenes Projekt, das

Das Gebäude am Marktplatz, das nun in ein Hotel verwandelt worden ist, steht wie kaum ein zweites für den Kampf und den Krampf Basels um seinen alten Kern. Und um die Frage, was schützenswert ist und was nicht.

**Mittelalterliche Häuser mussten weichen**

Der heute nur noch als Fassade existierende «Markthof» ist ein typisches Produkt des ausgehenden 19. Jahrhunderts, einer Zeit also, in der das mittelalterliche Erbe vor dem Hintergrund der Modernisierung und des Bevölkerungswachstums erstmals richtig unter Druck geriet. Stilistisch frönte man gerne dem Historismus und versuchte, quasi als Kontrapunkt zur Industrialisierung, Stile der Vergangenheit zu imitieren. Der Marktplatz erfuhr durch den Abriss von mittelalterlichen Häusern in dieser Zeit erst seine heutige Gestalt.

Diese Vorgeschichte sollte man im Hinterkopf haben, um die Vorgänge besser einordnen zu können, die sich weniger als hundert Jahre nach dem Bau des «Markthofs» abspielten. Die Modernisierung Basels hatte nämlich

im sogenannten Korrektionsplan von 1949 gegipfelt, oder genauer: Basel sollte bis ins Innerste autotauglich gemacht werden. Ganze Häuserzeilen aus dem Mittelalter wurden geopfert (Blumenrain, Spiegelgasse), andere standen noch zur Disposition.

Innerhalb dieser sogenannten Tal-Entlastungspläne entwickelte die Markthof-Eigentümerin Coop 1968 ihr Projekt für ein riesiges Einkaufszentrum, das über den heutigen Markthof hinaus unter anderem auch das gegenüberliegende Singer-Haus miteinbezogen hätte. Der neue Komplex hätte sich über das Geviert zwischen Eisengasse, Marktplatz, Stadthausgasse und Fischmarkt erstreckt. 1973 stimmte die Regierung dem Projekt zu – doch bald wurden die Stimmen der Gegner lauter und mündeten schliesslich in einen grossen Chor von Opponenten.

**Als der Grosse Rat kalte Füsse bekam**

Das war unter anderem ein Verdienst des «Basler Komitees gegen den Markthof». Der Grosse Rat bekam kalte Füsse und überwies das Geschäft der zu-





# die Stadt nachhaltig veränderte

ständigen Sachkommission. Coop reagierte und legte 1975 ein stark revidiertes und deutlich verkleinertes Projekt vor. Im März 1976 sagte das Basler Parlament deutlich Ja zum redimensionierten Bauvorhaben, dem aber immer noch zahlreiche Altsadthäuser zum Opfer gefallen wären.

Gegen den Grossratsbeschluss wurde das Referendum ergriffen – mit überwältigendem Erfolg: Über 27 000 Baslerinnen und Basler setzten ihre Unterschrift unter das Begehren. Wenig überraschend, dass im September ein klares Nein zum Markthof-Projekt resultierte. Das bestehende historistische Gebäude wurde in die neu geschaffene Schonzone aufgenommen, die mittelalterliche Kernstadt in die Schutzzone.

**Geburtsstunde des breit verankerten Heimatschutzes**

Man kann in diesem Referendum mit gutem Recht die Geburtsstunde eines breit verankerten Heimatschutzgedankens in Basel sehen. Nach jahrzehntelanger Abrisswut wehrte man sich aber – das ist rückblickend wiederum fast ironisch – für ein architekto-

nisch unterdurchschnittliches Gebäude im rückwärtsgewandten Stil und eines, das im Innern sowieso nicht mehr original erhalten war. Die Frage ist also: Was wäre denn an seiner Stelle entstanden? Ein Blick auf das Pro-

jekt der Architekten Bräuning, Leu, Dürig (siehe Bild) verschafft so etwas wie Klarheit: Besser wäre es definitiv nicht geworden.

**Patrick Marcolli**



Nicht realisiert: das Markthof-Projekt von Coop in den Siebzigern. Bild: zvg



Der Plan steht: Im Elsass soll bei einem Baggersee ein Freizeitpark für Wasserratten entstehen. Symbolbild: Getty Images

## Elsässer Freizeitpark in altem Baggersee geplant

Bisher wurde in Bartenheim Kies abgebaut. Jetzt soll das Gebiet zum Wasserpark für Kinder und Familien werden.

Knapp 15 Kilometer nördlich von Basel entsteht im elsässischen Dorf Bartenheim in einer stillgelegten Kiesgrube ein Freizeitpark. Ab April nächsten Jahres sollen hier Wasserskiaktivitäten, Stand-up-Paddle und ein Aquapark für Kinder geboten werden, berichtet die elsässische Tageszeitung «Dernières Nouvelles d'Alsace». Ausserdem ist ein Naturlehrpfad geplant.

Das Dorfparlament von Bartenheim sprach sich mit einer Enthaltung dafür aus, das Vorhaben an die Firma East Park Bartenheim zu vergeben. Die ehemalige Kiesgrube ist 48 Hektaren gross, die Wasserfläche umfasst davon 19 Hektaren. Betreiberin war die ursprüngliche Schweizer Firma Holcim, die 2015 mit Lafarge fusionierte. Der Kiesabbau ist abgeschlossen, aber am Rand des Freizeitparks wird Holcim voraussichtlich noch bis 2040 Granulate aus der Kiesgrube von Sierentz im Hardtwald verarbeiten.

der Verleihung eines Umweltpreises vom französischen Zusammenschluss der Granulatproduzenten positiv zur Idee geäussert, die Kiesgrube und den Baggersee zum Freizeitpark umzunutzen. Die Firma erhielt den Preis, weil sie ein natürliches System für den Erhalt der Wasserqualität eingerichtet hatte.

### Eine Million Euro für Wasserpark

Der Kiesabbau wurde 1990 von Bartenheim genehmigt, drei Jahre später wurde die Grube erweitert. Der Baggersee ist bis 20 Meter tief und mit Grundwasser gefüllt. Das Ziel, die Kiesgrube für die Erholung und als ökologisch wertvollen Lebensraum zu nutzen, wurde bereits 2016 im Rahmen einer Analyse der Internationalen Bauausstellung Basel 2020 (IBA) zu den elsässischen Baggerseen formuliert. Erstellt wurde sie von der Hochschule für Technik Rapperswil. Damals und auch vor einem Jahr wollte man die alte Kiesgrube auch als Badeseen nutzen.

Vom Baden ist beim Projekt East Park aber keine Rede mehr. Kosten soll der Wasserpark eine Million Euro. Er liegt wenige Minuten zu Fuss von der S-Bahn-Station Bartenheim entfernt. Bei vergleichbaren Anlagen in Frankreich wurde ein Kabel über den See gespannt, und das Wasserskilaufen erfolgt mit elektrischem Antrieb. Den Zuschlag erhielt der Bartenheimer East Park auch, weil er so angelegt wurde, dass weder bestehende Hochspannungsleitungen, Flugzeuge vom nahen Euro-Airport oder das weiter bestehende Kieswerk stören. Geöffnet haben soll der neue Park jeweils von April bis Oktober mit 24 Mitarbeitenden.

Peter Schenk

ANZEIGE

## Küchen und mehr...



**sasse-design.ch**

sägegasse 2 | 4207 bretzwil | 061 941 20 92



## Video- und Audiobeiträge



«Pokémon – The Revenge: Basel Tourismus landet viralen Hit im Internet»

(Radio SRF, Regional diagonal, 04.08.2016, 2:01 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=7163da30-589b-462c-ac09-ff898e7d189e>



«Schliessung des Swissôtel als Alarmzeichen», Gespräch mit Raphael Wyniger und Maurus Ebner

(Telebasel Talk, 11.11.2020, 9:52 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=33fad106-94ab-4750-a9dd-7bd95be838c7>



«Die bewegte Geschichte des Markthofs»

(Telebasel News, 18.03.2021, 2:09 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=13b70cb1-b93d-44a7-a210-8115bdbf5795>



«This is Basel», Tourismus-Werbevideo

(Basel Tourismus, 12.05.2021, 1:13 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=bdb8c78c-223f-4d30-bfdd-5e528e4126be>



«Rundgang durch das Hotel Märthof am Basler Marktplatz»

(Radio SRF, Regionaljournal BS/BL, 27.07.2021, 4:19 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=43f71f49-cc47-46f2-a99d-7f512c092ae0>



«Hotel Märthof eröffnet am Marktplatz»

(Telebasel News, 27.07.2020, 2:34 min)

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/dossier/543ee9bc-aeae-48ea-9d16-d2e34fecea41/media=f29c0cc4-1076-45a5-a3e4-a18b72c6c60e>

## **Impressum**

Basler Stadtbuch, Dossier 2021:  
Basel – «Das Goldene Tor der Schweiz»

Redaktion: Christoph Merian Stiftung, Abteilung Kultur  
Redaktionsschluss: August 2021  
Lektorat und Korrektorat: Dr. Rosmarie Anzenberger  
© 2021 Leitartikel (S. 2–7): Nathalie Baumann  
[www.baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch)

## **Nutzungsbedingungen**

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