

Touristische Glanzleistung

Autor(en): Helen Weiss
Quelle: Basler Stadtbuch
Jahr: 2014

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/05e0939e-8a5d-4f86-8921-cd9a4e1d636e>

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>

TOURISTISCHE GLANZLEISTUNG

Der Basler Tourismus verzeichnet
Jahr für Jahr Rekorde: Über eine Million
Übernachtungen registriert die Stadt
am Rheinknie mittlerweile. Dank trinationaler
Lage, internationalen Messen und
hochklassigen Museen hat sich Basel in den
letzten zehn Jahren zur touristischen
Weltstadt gemausert.

«Z'Basel an mym Rhy / Jo, dert mecht i sy!» Die erste Strophe aus dem «Baslerlied» von Johann Peter Hebel wurde zwar schon vor über zweihundert Jahren verfasst, doch die Begeisterung für die Stadt am Rhein ist ungebrochen, wie die Einträge von ausländischen Gästen auf der Touristikwebsite TripAdvisor zeigen. «Basel ist eine der wenigen Städte, die wirklich uneingeschränkt jedem zu empfehlen sind» oder «We thoroughly enjoyed our stay in Basel, 3 nights was not enough!», heisst es da. «Der Spiegel» bezeichnete Basel jüngst als «Weltstadt im Taschenformat», und ganz nach dem Leitsatz «Culture unlimited» steht unsere Stadt mit ihren vierzig Museen und hundert Galerien nicht nur während der «Art» im Rampenlicht. Auch als hier im Dezember 2014 das OSZE-Ministertreffen mit rund zwölfhundert Delegierten aus 57 Staaten stattfand, blickte die ganze Welt nach Basel. Anlässe mit internationaler Ausstrahlung, Weltkonzerne und eine innovative Touris-

mus-Strategie haben sich in einer Verdoppelung der Logiernächte in den letzten zehn Jahren niedergeschlagen; Basel Tourismus konnte für das Jahr 2013 mit über 1,1 Millionen Übernachtungen zum achten Mal in Folge einen neuen Rekord verzeichnen. Die Stadt am Rheinknie ist damit nicht nur zum touristischen Überflieger geworden, sondern hat sich gleichzeitig zum kleinen aber feinen Geheimtipp für Europareisende gemausert.

Diese touristische Erfolgsgeschichte ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen, wie Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, erklärt: «Profitiert hat die Logiernächte-Entwicklung unbestritten vom Ausbau des Streckennetzes am EuroAirport und der verbesserten Erreichbarkeit mit dem Zug, etwa dem TGV aus Paris.» Gleichzeitig wurde in den vergangenen zehn Jahren kräftig in die touristische Infrastruktur investiert, das Übernachtungsangebot konnte dank zahlreicher neuer Hotels, aber auch dank

der Renovation bestehender Häuser erheblich aufgewertet werden.

Erfolgreiche Messestadt

Basel Tourismus bewirbt aktiv neunzehn Zielmärkte, allen voran Deutschland und Frankreich, welche zu den wichtigsten «Kunden» im europäischen Markt zählen. Seit jeher ist das Rheinknie stark europaorientiert: Rund die Hälfte der Logiernächte entfällt auf Besucher aus europäischen Ländern, und Deutschland ist mit einem Anteil von 16,8 Prozent der bedeutendste ausländische Markt der Basler Hotellerie. Ein beliebtes Reiseziel war Basel im Jahr 2013 auch bei Italienern, Briten und Belgiern, mit Zunahmen von 7,8, 3,5 und 11,3 Prozent. Auch bei den aussereuropäischen Ländern ist ein erfreulicher Zuwachs feststellbar. Hier zählen die Gäste aus den USA zu den Spitzenreitern: Mit über 110 000 Übernachtungen wurde 2013 die bisher höchste Zahl von Logiernächten amerikanischer Touristen registriert. Daneben verzeichnen Russ-



Basel: historische Stadt mit Lebensqualität und vielfältigem Kulturangebot

land mit mehr als einer Verdoppelung und China mit einer Verdreifachung der Logiernächte innerhalb von neun Jahren auffallende Wachstumsraten. Egloff betont, dass die meisten ausländischen Gäste aus beruflichen Gründen anreisen: «Der Geschäftstourismus bringt der Stadt rund siebzig Prozent der Übernachtungen.» Bei diesen Besuchen spielt auch der Messeneubau eine bedeutende Rolle: «Basel hat dadurch nicht nur einen zusätzlichen architektonischen Prachtbau erhalten, sondern verfügt nun auch über eine Infrastruktur für Messen und Kongresse, die auf den neuesten Stand ist.»

Zwar wurde mit dem Neubau die Ausstellungsfläche der Messe nicht vergrössert, doch eine funktionale und topmoderne Infrastruktur soll die grossen Messen in Basel halten – insbesondere die Weltmesse für Uhren und Schmuck «Baselworld». «Das Messeportfolio wird sich deshalb aufgrund des Neubaus nicht wesentlich verändern», sagt Christian Jecker, Pressesprecher der MCH Group. Insgesamt einundzwanzig Messen brachten 2013 knapp eine Million Besucherinnen und Besucher nach Basel, wobei der Basler Messekalender hauptsächlich geprägt wird durch die dreizehn grossen Eigenmessen, welche von der MCH Group organisiert werden. Daneben sind mittlerweile aber auch von Drittveranstaltern durchgeführte Gastmessen zum festen Bestandteil des Messeprogramms geworden. Das gilt vor allem für die jährlich stattfindende «Auto Basel» sowie die «Basler Ferienmesse».

Neben der «Baselworld» zählen «Swissbau», «Igeho» sowie die «Art Basel» zu den grössten und bekanntesten Messen. «Weitere international führende Messen wie die «Art Basel» und die «Baselworld» neu zu entwickeln oder nach Basel zu holen, ist leider nicht sehr realistisch», meint Jecker. «Man muss sich bewusst sein, dass die internationale Bedeutung des Messeplatzes Basel mit seinen

Grosse internationale Messen wie die «Art Basel»
wirken als Magnet für den Tourismus



Von der «Baselworld» profitieren nicht nur die Händler, sondern auch
die Basler Hotels und Geschäfte



Konferenz der OSZE-Aussenminister am 4./5. Dezember:
Bewährungsprobe für die Kongressstadt Basel

zwei Weltmessen um ein Vielfaches grösser ist als die wirtschaftliche Bedeutung der Region im internationalen Vergleich.» Knapp 30,5 Millionen Franken Konzerngewinn machte die gesamte MCH Group im Jahr 2013, was einen Zuwachs von 11,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Auch das Jahr 2014 lief gut an: In der ersten Jahreshälfte erwirtschaftete die Messebetreiberin einen Konzerngewinn von 56,7 Millionen Franken und steigerte sich damit deutlich gegenüber dem Vorjahr.

Jecker betont, dass die MCH Group weiterhin die Messestadt Basel fördern will: «Daher setzen wir auf die Verstärkung der Internationalisierung, da der nationale Markt gesättigt ist und weitere Entwicklungsmöglichkeiten beschränkt sind.» Zudem soll die Antizipation der digitalen Welt, also die Entwicklung von digitalen Dienstleistungsangeboten als Ergänzung zum «Live-Geschäft», in Form neuer Businessmodelle vorangetrieben werden.

Vernetzung (tri)national und international

Zum touristischen Glanzergebnis trägt auch das Standortmarketing bei, das seit 2009 die Aussenbeziehungen des Kantons koordiniert, plant und pflegt. Dazu gehören die Positionierung Basels im internationalen Standortwettbewerb, die Interessenvertretung im trinationalen und nationalen Kontext sowie die Betreuung und Organisation von Grossveranstaltungen im In- und Ausland. «Basel ist ein weltweit führender Forschungs- und Wissensstandort», weiss Sabine Horvath, Leiterin Aussenbeziehungen und Standortmarketing. Zudem gehöre Basel im Bereich der bildenden Kunst zur europäischen Spitze und weise eine hohe Lebensqualität auf, von der auch seine Gäste profitieren.

Die Lage im Dreiländereck macht Basel zum Eingangstor der Schweiz und verleiht umgekehrt der grenzüberschreitenden Zusam-

menarbeit seit jeher Gewicht. Das wird auch in Zukunft so bleiben. Horvath betont, dass der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur auch dem Tourismus zugutekommt: «Mit den schweizerischen Rheinhäfen, dem Euro-Airport oder den Tram- und S-Bahn-Verbindungen über die Grenze hinweg sind in den letzten fünf Jahrzehnten wichtige Projekte realisiert worden.» Deshalb gelte es auch weiterhin, das Bewusstsein für den trinationalen Metropolitanraum Basel zu stärken und zu fördern.

Was die internationale Vernetzung betrifft, so folgt der Kanton in der Wahl von Städte- und anderen Partnerschaften den von wirtschaftlichen und kulturellen Interessen vorgegebenen Schwerpunkten. «Die strategische Kooperation mit dem US-Bundesstaat Massachusetts sowie die Städtepartnerschaften mit Shanghai und Miami Beach sind auf den Austausch in den Bereichen Forschung, Spitzenmedizin, Wirtschaft, Bildung und Kunst fokussiert», erklärt Sabine Horvath. Im internationalen Vergleich belege Basel einen Spitzenplatz: «Gemäss den relevanten Standortratings zählt Basel im Bereich Life Sciences zu den weltweit führenden Standorten und kann sich auch als Kulturmetropole mit Städten wie Berlin, Barcelona oder Mailand messen.»