

## Mehr als 90 Minuten!

Autor(en): Peter Malama  
Quelle: Basler Stadtbuch  
Jahr: 2008

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/eb17248d-401b-4d99-b056-f1f6229dd7a1>

### **Nutzungsbedingungen**

Die Online-Plattform [www.baslerstadtbuch.ch](http://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>

# Mehr als 90 Minuten!

## Was hat die Euro 2008 der Host City und dem Gewerbe gebracht?

Peter Malama

«Ist das nicht die Stadt, wo die Holländer gegen die Russen verloren haben?» So quittierte ein englisches Ehepaar im Juli 2008 auf Sardinien meine Antwort auf die ferienübliche Herkunftsfrage. «Put Basel on the map», also die Stadt am Rheinknie auf die Europa- oder noch besser auf die Weltkarte zu setzen, war ein wichtiges Euro-2008-Ziel unserer Tourismusfachleute und Standortmarketing-Experten gewesen. Im geschilderten Fall hat Basel also tatsächlich die 90 Minuten überdauert, wie es der Host-City-Slogan proklamiert hat. Und erfreulicherweise ist es in unseren Sommerferien im Süden Europas nicht bei diesem einen Wiedererkennungseffekt geblieben.

### **Einzigartige Chance**

Der Gewerbeverband des Kantons Basel-Stadt stand der Austragung der Fussball-Europameisterschaft 2008 in der Schweiz und Österreich und ihrer Basler Trägerschaft «Host City Basel» von Anfang an positiv gegenüber. Nicht nur, weil die Austragung von sechs Partien im St. Jakob-Park die Investitionen in den Stadionausbau auch in den Augen der Skeptiker definitiv rechtfertigte. Wir sahen die drei Turnierwochen auch als einzigartige Möglichkeit, einem Millionenpublikum in der ganzen Welt und Hunderttausenden von Besucherinnen und Besuchern vor Ort die Attraktivität unserer Stadt vor Augen zu führen. Gleichzeitig waren wir uns aber auch der grossen Verantwortung bewusst, die mit dieser Chance verbunden war.

### **Höchste Qualitätsstandards**

Intern definierten wir bereits in einem frühen Stadium die Grundsätze, mit denen sich das Basler Gewerbe der Herausforderung des drittgrössten Sportanlasses der Welt stellen wollte. Unsere Mitglieder aus Gastronomie, Hotellerie und Detailhandel wurden zum Beispiel dazu aufgerufen, höchste Qualitätsansprüche an ihre Dienstleistungen zu stellen, den Gästen aus dem In- und Ausland ein positives Basel-Erlebnis zu ermöglichen und

deren Anregungen ernst zu nehmen. Um diese hochgesteckten Ziele zu erreichen, lancierten wir auch eine Mitmach-Kampagne, in deren Rahmen sich Ladengeschäfte, Gastronomiebetriebe und Hotels als ‹Your Expert› auszeichnen lassen konnten.

### **Beschränkter Einfluss**

In ein disziplinenübergreifendes ‹Gastgeber-Team› der Host City brachte sich neben Basel Tourismus, dem Standortmarketing, den Verkehrsbetrieben BVB und BLT, der Basler Personenschiffahrt, dem Taxigewerbe, den Kantonspolizeikorps Basel-Stadt und Basellandschaft und weiteren Akteuren auch der Gewerbeverband mit seiner Leitung und Exponenten des Wirte- und des Hotelierverbands sowie des Detailhandels ein. In diesem Gremium war man sich einig, dass der Erfolg der Host City Basel hauptsächlich von drei Faktoren abhängen würde: Vom Turniererfolg der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft, von der Attraktivität des Spielplans im St. Jakob-Park und vom Wetter. Das Problem bestand darin, dass man auf alle drei keinen Einfluss nehmen konnte ...

### **Schwierige Planung**

Entsprechend schwierig gestaltete sich in den meisten Bereichen die Planung. Würden – mit den Schweizern, den Deutschen, den Holländern und den Portugiesen in der Basler Vorrundengruppe, einem Weiterkommen von Köbi Kuhns Mannschaft und drei Wochen Sonnenschein – täglich Hunderttausende die Region überfluten? Oder würde sich – bei unattraktiven Vorrundenspielen, frühem Schweizer Ausscheiden und Meteopech – der Publikumsaufmarsch in engen Grenzen halten? Alle Beteiligten mussten sich bei ihren Berechnungen irgendwo in der Mitte zwischen diesen beiden Extremen einpendeln. Als einigermaßen verlässliche Richtlinie galten dabei Frequenzprognosen der Schweizer Euro-08-Projektleitung, die auf Beobachtungen in den Fanzonen der Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland basierten. Diese bestätigten sich jedoch, übertragen auf eine EM mit weniger Mannschaften in der kleineren Schweiz, nicht.

### **Durchzogene Bilanz**

Entsprechend durchzogen fiel denn auch eine erste kommerzielle Bilanz vieler Gewerbler nach geschlagener Fussballschlacht aus. Vor allem die Erwartungen der etablierten Gastronomie und einiger Caterer, die aufgrund der erwähnten Prognosen zu viel Kapazitäten und Personal bereitgestellt hatten, wurden enttäuscht. Es zeigte sich auch, dass das prognostizierte Bedürfnis nach verlängerten Öffnungszeiten im Detailhandel, vor allem an Sonntagen, nur begrenzt bestand. Eine verlässliche Aussage darüber, was die Euro 2008 dem Basler Gewerbe, seiner Gastronomie, der Hotellerie und dem Detailhandel gebracht hat, war bei Redaktionsschluss dieses Stadtbuchs allerdings noch nicht möglich. Für eine solide Bilanz sind neben den Zahlen zum Geschäftsverlauf in den drei Euro-Wochen zusätzliche kommerzielle Eckdaten aus den Folgemonaten nötig. Erst wenn wir

Klarheit darüber haben, ob beispielsweise im Juni Luxusgüter-Käufe wegen des erwarteten Ausnahmezustands in der Innerstadt aufgeschoben und im Sommer nachgeholt wurden, können wir abschliessend beurteilen, was der Status Basels als Host City dem einzelnen Betrieb gebracht hat und was nicht. Zu diesem Zweck beabsichtigen Basel Tourismus, das Standortmarketing und der Gewerbeverband, eine Studie in Auftrag zu geben, die im Herbst 2008 vorliegen wird.

### **Gefühlter Erfolg**

Etwas stand allerdings schon kurz nach dem letzten Halbfinalspiel im St. Jakob-Park fest: «Gefühl», wie man heute sagen würde, war die Host City Basel ein voller Erfolg! Unabhängig von den definitiven Zahlen und Bilanzen hat die gemeinsam angenommene Herausforderung alle Beteiligten vom staatlichen Delegierten bis zum Volunteer zu aussergewöhnlichen Leistungen beflügelt und der Bevölkerung der Region zu einem Gemeinschaftserlebnis von seltener Intensität verholfen. Nach dem Wetterpech in der ersten Turnierhälfte und dem Dämpfer des frühen Ausscheidens von Yakin & Co verhalfen der Einzug des Sommers und der Oranje-Fans dem Mega-Event in Basels Innerstadt auch stimmungsmässig zu einem krönenden Hoch. Und das ist es, was den Baslerinnen und Baslern, den in- und ausländischen Medien sowie den Gästen und dem Fernsehpublikum in aller Welt von der Euro 2008, der Host City Basel und ihrer Dienstleistungskette in Erinnerung bleiben wird.