

Basel ist keine Touristenstadt. Auch wenn „Basel Tourismus“ an der Landesgrenze zu Deutschland Lächerli verteilt (warum eigentlich diese Fokussierung auf Deutschland?), verirrt sich nur selten ein Tourist in unsere Stadt. Und wenn einmal einer da ist, dann bleibt er nur wenige Tage. Sogar die Schweizer kennen häufig nur den Bahnhof SBB oder den Autobahntransit nach Norden, jedoch kaum unsere schöne Basler Innenstadt.

Nun wird seit Ende März 2006 an den Autobahnenden von Frankreich und Deutschland her mit Plakaten auf die Kulturstadt Basel aufmerksam gemacht. Das ist zwar begrüßenswert, aber was nützt die beste Werbung, wenn im Sommer die Innenstadt eine grosse Baustelle ist? Zu erwähnen wäre die Umgestaltung des Wettsteinplatzes im Juli 2006 oder die umfassenden Gleisarbeiten in der Innenstadt vor ein paar Jahren.

Richtige Touristenstädte hüten sich davor, vor den (touristischen) Wahrzeichen der Stadt Hindernisse aufzustellen. Basel tickt auch hier anders. Es ist verständlich, dass Bauarbeiten (auch etwa bei Erneuerungen der Tramgeleise) im Sommer einfacher durchzuführen sind, weil viele Einheimische in den Ferien weilen. Doch insbesondere während dieser Zeit, könnten auswärtige Urlauber zu uns kommen.

Wie soll aber die Investition in das Stadtmarketing verstanden werden, wenn zur besten Saison den potentiellen Touristen durch unsägliche Baustellen in unserer kleinräumigen Innenstadt die Stadtbesichtigung erschwert oder zumindest nicht unbedingt attraktiv gemacht wird? Welche Überlegungen stellt das Baudepartement hier an? Wie sieht die Kommunikation diesbezüglich mit Basel Tourismus aus? Und was unternimmt die Regierung, damit diese Situation sich in Zukunft verbessern wird?

Die Regierung wird freundlich eingeladen, zu diesen Fragen Stellung zu nehmen.

Emmanuel Ullmann