



«Eine sehr wichtige Zeit». Maurus Ebnetter, der Präsident des Basler Wirtverbandes, über den Wert der Fasnacht für Basler Gastronomiebetriebe (im Bild die «Hasenburg»). Foto Florian Bärtschiger

Die Fasnacht schenkt tüchtig ein

Die Wertschöpfung für die «drey scheenschte Dääg» liegt jährlich zwischen 50 und 70 Millionen Franken

Von Kurt Tschan

Basel. «Der Kern der Basler Fasnacht finanziert sich aus Freiwilligenarbeit», sagt die Obfrau des Basler Fasnachts-Comités, Pia Inderbitzin. «Weder die Fasnacht an sich noch die teilnehmenden Gruppierungen noch das Comité sind gewinnorientiert», versichert sie. Über Geld redet das Comité deshalb nicht besonders gerne. Man hat es und schweigt.

Die Jahresrechnung ist bis heute ein streng gehütetes Fasnachtsgeheimnis. Weil die Erlöse aus dem Plakettenverkauf tabu sind, wird auch die Stückzahl nicht kommuniziert. Bekannt ist nur, dass neben den Plaketten der Verkauf des «Rädäbäng» und der Zeedel-Bündel die zweite Haupteinnahmequelle der Basler Fasnacht bildet. Hinzu kommen Erträge aus dem Eigenkapital, Spenden oder Legate. Alimentiert wird der Traditionsanlass zudem durch eine Stiftung. Ihr einziger Zweck: «Unterstützung der Durchführung der Basler Fasnacht», heisst es im Handelsregister. Schon der erlauchte Kreis der Stiftungsratsmitglieder lässt darauf schliessen, dass hier nicht «Räppli» hin- und herbewegt werden, sondern stattliche Summen.

Zeichnungsberechtigt sind Alexander Sarasin, der Netzwerker aus dem Basler Daig, Hans Flückiger, Manager bei der Privatbank J. Safra Sarasin, sowie Andreas Guth, Verwaltungsratspräsident der Privatbank Dreyfus.

Arbeiten ohne Lohn

Dass die Basler Fasnacht eine Geldmaschine ist, wiesen erstmals 2005 Studentinnen und Studenten der Fachhochschule Nordwestschweiz in Muttenz in ihrer Studie «D Frau Fasnacht in Frange und Räppli» nach. Sie trauten sich, auch der ehrenamtlichen Arbeit ein Preisschild umzuhängen. Auf diesem stehen erkleckliche 18,25 Millionen Franken. Vor allem die Fasnachtsgruppierungen leisten viel, ohne etwas dafür zu verlangen (14,36 Millionen). Die Cliquenkeller stehen für 3,17 Millionen Franken, die Schnitzelbäng-Gesellschaften für 57000 Franken und die Organisatoren der Fasnachtsveranstaltungen für 230000 Franken. Hinzu kommen die vielen Helfer, die bei den Fasnachtsveranstaltungen eingespannt

sind (315000 Franken). Auch das Fasnachts-Comité geht mit gutem Beispiel voran und leistet 118000 Franken ehrenamtliche Arbeit. Letztlich sind auch die Medien Teil der Fasnacht. Ihre Aufwendungen liegen bei knapp einer halben Million Franken.

Die Ausgaben der Aktiven und der Besucher für die Fasnacht machen weitere 17,7 Millionen Franken aus. Dieser Betrag dürfte bis heute Gültigkeit haben. Zu berücksichtigen gilt lediglich die Inflation. Diese lag zwischen 2005 und 2018 bei vernachlässigbaren 3,4 Prozent.

Wirt stapeln tief

Alleine für die Vorbereitungen für die schönsten Tage des Jahres werden 9,3 Millionen Franken aufgewendet. Die Kosten für «Goschdym» schlagen mit 3,9 Millionen zu Buche, die Larven verschlingen 2,2 Millionen. An dritter Stelle folgen die Laternen mit knapp 1,1 Millionen Franken. Das unter Wurfmateriale zusammengefasste Repertoire von Orangen, Süswaren oder kleinen Schnäpsen erreicht 560000 Franken. Für Instrumente (Noten, Miete, Reparaturen, ohne Kauf) werden 540000 Franken ausgegeben. Von den relevanten Ausgabeposten sind die Zeedel mit 140000 Franken am kleinsten.

Als einträgliches Geschäft erweisen sich die diversen Veranstaltungen. Alleine mit dem Billett-Verkauf werden gut 3,5 Millionen Franken eingenommen. Konsumationen steuern weitere 1,3 Millionen bei.

Fragt man allerdings Maurus Ebnetter, den Präsidenten des Basler Wirtverbandes, nach dem Wert der Fasnacht für die Gastro-Szene, dann gibt er sich nicht minder verschwiegen als das Comité. Er kenne die erzielten Umsätze nicht, sagt er auf Anfrage. «Wir wissen aber, dass es Lokale gibt, die an den drei Tagen gleich viel umsetzen wie sonst in drei Wochen.» Manchmal würden auch komplett andere Zahlen kolportiert, betont Ebnetter. «Doch das sind Ammenmärchen.»

Natürlich sei für den Basler Gastrobereich die Fasnacht «eine sehr wichtige Zeit», gibt er dann doch zu. Es gebe aber auch Betriebe, die unter ihr litten oder sogar schliessen müssten, relativiert er wenig später. Vor allem Betriebe

in den Quartieren oder im obersten Preissegment seien negativ betroffen. Über die ganze Branche, den ganzen Kanton und den ganzen Monat gesehen werde der wirtschaftliche Effekt der Fasnacht aber wohl etwas überschätzt, zeigt er sich überzeugt.

Zwar habe die Fasnacht eine enorme Anziehungskraft. «Doch es gibt auch Verdrängungseffekte», so Ebnetter. Das Geschäftsleben komme zum Erliegen, die Leute würden in die Skiferien fahren oder ergriffen die Flucht. «In vielen Quartieren ist es dann sehr ruhig», betont der Verbandspräsident.

Für den Fasnachtsinsider ist das Klagegedicht der Wirte nicht ganz verständlich. Denn für ihn ist klar, dass bestimmte Beizen während der Fasnacht einen Umsatz wie sonst während zwei ganzen Monaten erzielen.

In der Studie der Muttenzer Studentinnen und Studenten, gegen die auch 14 Jahre nach ihrem Erscheinen noch kein hörbares Dementi eingetroffen ist, werden die Umsätze von Restaurants, Cliquenkeller und Strassenstände auf erquickliche 13,1 Millionen Franken veranschlagt.

Hotelschiffe auf dem Rhein

Von solchen Summen können die Basler Hotels nur träumen. Gemäss Studie generieren die in der Stadt übernachtenden Fasnachtsbesucher aber immerhin einen Umsatz von 480000 Franken. Felix W. Hauser, Präsident des Basler Hotellerie-Vereins, attestiert deshalb der Fasnacht sogar eine «grosse Bedeutung» für die Hotellerie und Gastronomie. Die Fasnacht, die in diesem Jahr vom 11. bis 14. März dauert, übe sowohl auf in- als auch auf ausländische Gäste «eine starke Anziehungskraft» aus. Für das Destinationenmarketing sei der Traditionsanlass deshalb sehr wichtig. Seitdem die Fasnacht den Status eines Weltkulturerbes der Unesco erhalten habe, habe sich dieser Trend noch verstärkt.

Die Zahl der Fasnachtsübernachtungen (Sonntag bis Mittwoch) hat sich zwischen 2005 und 2018 von 12500 auf 21500 erhöht. Verglichen mit einer Nicht-Fasnachtswoche generiert die Fasnacht damit ein Volumen zwischen 5000 und 10000 Übernachtungen. Nicht eingerechnet sind dabei temporäre Hotelbetten wie jene, die Fluss-

kreuzfahrtspezialist Thurgau Travel in Basel anbietet. «Eigentlich ist die Basler Fasnacht der klassische Beginn einer neuen Saison», sagt der Marketingverantwortliche Florian Condamine. Thurgau Travel sei während der Fasnacht mit mehreren Schiffen präsent und biete so über 400 Betten an. Drei Tage Basler Fasnacht auf der «MS Edelweiss» werden zum Beispiel ab 490 Franken offeriert – Mehlsuppe, Zwiebelwähe und Schnitzelbank inklusive.

Die Lage ist alles

Die Nachfrage nach den schwimmenden Fasnachtsbetten ist so gross, dass bereits Buchungen für das nächste Jahr nachgefragt werden. Auch auf dem Fluss gilt: Die Lage ist alles. Viel hänge sowohl an Land wie auch auf dem Wasser davon ab, wie stark sich ein Anbieter als Fasnachts-Hotel positionieren könne, sagt Hauser. Deshalb variierten die Umsätze zum Teil auch stark. «Generell gilt aber, dass die Basler Hotel-Branche während der Fasnacht gut ausgelastet ist», sagt er. Aktuell liege die Buchungssituation «plus/minus» auf Vorjahresniveau. Gäste seien mehrheitlich Schweizer und Deutsche. Hinzu kämen immer mehr Basler aus dem Umland, die nicht mehr nach Hause fahren wollten.

Insbesondere am Sonntag und Montag sei die Nachfrage hoch. Ab Dienstag nehme die Auslastung ab. «In der zweiten Wochenhälfte ist sie dann eher geringer als in einer normalen Businesswoche.» Im Food & Beverage-Bereich sind gemäss Hauser Montag und Mittwoch starke Tage. Von einem Fasnachtszuschlag will er nichts wissen: «Die Preise bewegen sich auf dem normalen Level der Weekend-Rate», sagt er.

Auch Ebnetter vom Wirtverband geht davon aus, «dass die Preise in den meisten Lokalen gleich sind wie unter dem Jahr». Da sich jedoch das Angebot an der Fasnacht zum Teil vom Alltag unterscheidet, sei die Vergleichbarkeit in dem Fall nicht gegeben. Referenzpreise für Spezialitäten lehnt der Wirtverband ab. «Jeder Unternehmer ist selber zuständig für die Angebotsgestaltung und die Festlegung der Preise», sagt sein Präsident. Dies sei sinnvoll, da jeder einzelne Wirt seine Kostenstruktur und sein Zielpublikum am besten kennen würde.

Auch dieses Jahr werden auf den Basler Strassen wieder 11000 beim Comité angemeldete Fasnachtlerinnen und Fasnachtler unterwegs sein. Hinzu kommen nach Schätzungen des Comités ebenso viele «wilde», die die rund 20000 Besucherinnen und Besucher in ihren Bann ziehen werden. Der Kanton Basel-Stadt unterstützt den Grossanlass mit knapp einer halben Million Franken. Den überwiegenden Teil der Kosten verursacht die Stadtreinigung.

Auch der öffentliche Verkehr ist gemäss Studie der Fachhochschule stark belastet. Zumindest die SBB können aber noch mit Einnahmen rechnen. Konkret stehen Aufwendungen von über 492000 Franken Erträgen von 355000 Franken gegenüber. Die Basler Verkehrsbetriebe «subventionieren» die Fasnacht mit 400000 Franken. Dagegen muten die ÖV-Beiträge aus dem Baseltarif mit gesamthaft 31000 Franken bescheiden an.

Garant für Narrenfreiheit

Summa summarum lag die Wertschöpfung der Fasnacht 2005 also bei knapp 47,5 Millionen Franken. Insider veranschlagen sie aktuell auf zwischen 50 bis 70 Millionen. Nach der Fasnacht wandern übrigens die Netto-Erlöse des Comités in einen Subventionstopf. Die Bezüger sind in neun Kategorien aufgeteilt, von Stammvereinen bis zu Guggenmusikern und Einzelmasken.

Drei Viertel des Geldes werden als Pro-Kopf-Anteil den Teilnehmenden der jeweiligen Kategorie ausgeschüttet, der restliche Viertel figuriert als Bewertungsanteil, über den das Comité je nach Qualität und Originalität entscheidet.

«Dieser Beitrag aus neutraler Hand schliesst jedes anderweitige Sponsoring aus und ist somit ein Garant für die Narrenfreiheit an der Basler Fasnacht», heisst es beim Comité. Das Geld für die Subventionsausschüttung stammt aus dem Plakettenverkauf, aus dem Verkauf des «Rädäbäng» und der Zeedel-Bündel. «Wir sind uns bewusst, dass die Fasnacht ein Wirtschaftsfaktor ist. Insofern ist eine solche Betrachtungsweise zwar nicht falsch, aber nicht eine, die das Denken oder die tägliche Arbeit des Comités prägt», betont Comité-Obfrau Pia Inderbitzin.