

## TagesWoche

---

# Ein Jahr «Klara»: Das Lokal wirft Wellen, doch nicht jeder kann sie reiten

Der Kleinbasler Hotspot feiert ab dem 11. September seinen ersten Geburtstag. Was hat sich seit der Eröffnung an der Clarastrasse getan? Ein Spaziergang bringt Antworten.

*Daniel Faulhaber / 09.09.2018, 11:00 Uhr*



*Die Geschäftsführer des «Klara» Neda Schön und Alain Heiniger sind zufrieden mit dem ersten Jahr. (Bild: Alexander Preobrajenski)*

Es herrscht Betrieb an der Bar des «Klara», aber statt Kaffee oder Drinks wandern Schrauben und Dübel über den Tresen. «Bitte nicht fotografieren», kommentiert Geschäftsführerin Neda Schön das Treiben, «es soll eine Überraschung werden.» Zum einjährigen Geburtstag verpasst sich die Bar im Herzen des

Foodcourts also ein neues Kleid, und wie es sich für einen Kindergeburtstag gehört, werden hinter den Kulissen schon die Zuckerwatte-Maschine und eine Fotobooth aufgefahren.

Wie ein glitzerndes UFO war dieses Klara vor Jahresfrist zwischen den Ramschläden und Altgoldhändlern der oberen Clarastrasse gelandet. Politik und **Medien** hatten ihm den roten Teppich **ausgerollt**. Endlich hatte die Strasse ihren Vorzeigebetrieb, welcher der verloren geglaubten **Hoffnung** auf einen Boulevard zwischen Messe und Claraplatz wieder Auftrieb gab.

Das Konzept ähnelt dem in der **alten Markthalle**: Unter einem Dach bieten verschiedene Gastrounternehmer von früh bis spät Speis, Trank und Kultur an.

## **Vernetzt, jung geblieben, hip**

Verabredet man sich kurz vor dem Jubiläumsfest mit den geschäftsführenden Neda Schön und Alain Heiniger, so trifft man zwei Macher. Schön und Heiniger sind die Blaupausen eines **neuen Typs Gastrounternehmer**, der in Basel schon andere Projekte erfolgreich ankickte.

Sie sind vernetzt, jung geblieben, hip. Sie haben Konfliktmanagement und Jurisprudenz studiert und sammelten ihre Gastroerfahrung beim Aufbau der Markthalle (Schön) oder haben eine Vergangenheit als Betreiber der Balz-Gruppe (Heiniger).

Neben Schön und Heiniger sitzen auch Pascal Bidermann und Valentin Ismail sowie die Hinterhof AG und die Markthalle AG am Steuer des Klara. Sie verantworten das Mischkonzept aus kultureller Unterhaltung und kulinarischem Erlebnis, welches das Klara populär gemacht hat.

«Es war ein gutes Jahr für uns», sagt Schön, «das Klara war von Anfang an ein beliebter Ort.» Was nicht selbstverständlich sei, denn «die Baslerinnen und Basler sind ja Gewohnheitstiere». Die acht festen Essensstände waren das Jahr über fast immer belegt, der neunte Stand hat sich als gute Ergänzung entwickelt und wird im Dreimonatsrhythmus neu vergeben.



*Die Bar wird umgebaut, Kaffee gibts trotzdem. (Bild: Alexander Preobrajenski)*

Denn an Interesse von Mietern mangelt es nicht: «Wir können uns mittlerweile aussuchen, wen wir für unser Konzept gewinnen wollen», sagt Heiniger, «Interessenten gibt es genug». Hinter Heiniger und Schön haben sich am späten Vormittag die ersten Stammgäste installiert, mit Laptop und Latte.

Die junge Szene nahm das mondäne Interieur des Klara rasch in Beschlag, aber auch aus den umliegenden Büros strömen sie in Krawatte und Jupe herbei, um hier ihre Meetings abzuhalten.

## Das Klara als Bote schlechter Zeiten

Das Klara hat sich innert kürzester Zeit zu einem Magnetfeld des Claraquartiers entwickelt. Aber was bedeutet das für den Rest der

## Strasse?

An der Oberfläche hat sich nicht viel verändert, von einer Boulevardisierung ist vor allem in Richtung Messe wenig zu sehen. Leerstehende Ladenflächen allenthalben, direkt gegenüber dem Klara hat sich ein ganzes Parterre in Packpapier gehüllt. Um den Auswirkungen der Klara-Eröffnung nachzugehen, muss man schon hinter die Fassaden blicken.

Und dort zeigt ein Spaziergang durch die Klarastrasse durchaus Bewegung.

Bei Anwar Hossain, Geschäftsführer des angrenzenden Kleidergeschäfts Colosseum, ist die Stimmung nicht gut. «Meine Kunden sind einfache Leute, sie können sich in diesem schönen Café ohnehin nichts leisten», sagt er und redet sich dann förmlich in Rage.



*Die einen kommen, die anderen gehen. (Bild: Alexander Preobrajenski)*

«Man sagt uns immer, wir seien schlecht für das Image dieser Gegend mit unserem Ramsch, aber viele alte Leute aus dem Quartier kommen gerne hier einkaufen. Manchmal können sie nicht bezahlen, also schreiben sie an bis die nächste Rente kommt», sagt Hossain. Manchmal bekommt er als Dank Kuchen.

Der Geschäftsinhaber schaut zu, wie ein Billiggeschäft nach dem andern die Segel streicht. Auch er muss ab nächstem Jahr tausend Franken mehr Miete bezahlen. «Weniger Konkurrenz ist schlecht fürs Geschäft», sagt er, denn ein einzelner Laden ziehe keine Kunden an.

«Die Regierung baut für Millionen neue Trams, damit die armen Leute in Deutschland einkaufen gehen, aber die Clarastrasse soll ein schicker Boulevard werden.» Wenn Hossain «Boulevard» sagt, fuchtelt er sarkastisch mit den Händen, für ihn ist das Klara ein Vorbote schlechter Zeiten.

### «Bald gibt es keine Beizen mehr»

Der Wirt des benachbarten «Clarastübli» in der Hausnummer 19 stösst ins selbe Horn. In seiner Beiz sitzen nur wenige Gäste, in der Gaststube herrscht kurz vor der Mittagspause nicht viel Betrieb.

«Bei mir kriegen Sie ein ordentliches Mittagmenü für 17.50 Franken, Salat und Dessert. Das Getränk kostet extra. Im Klara zahlen Sie mehr, und das nur für einen Teller!» Seinen Namen möchte der Wirt lieber nicht in der Zeitung lesen, er hat das Lokal kurz vor der Klaraeröffnung übernommen und viel Geld investiert. Seither kämpft er um Stammgäste. Aber es kommen keine.

«Wir kleinen Betriebe können mit dem Angebot eines solchen Foodtempels nicht konkurrieren. Wenn das so weitergeht mit den teuren Lokalen, gibt es im Quartier bald keine Beizen mehr», schimpft er. Kürzlich hat er seine beiden Angestellten entlassen, jetzt schmeisst er die Beiz mit seiner Frau.

## Oder: Ein frischer Wind, der neue Kunden bringt

Zwei Hausnummern weiter weht derweil ein anderer Wind. Im Restaurant Walliser Stube und dem gegenüberliegenden Restaurant Rheinfelderhof, zwei alteingesessenen Betrieben, schwärmt man von der Sogwirkung, die das Klara entfalte.

«Seit dieser Betrieb offen hat, kommen auch zu mir viel mehr junge Leute, um etwas zu konsumieren», sagt die Geschäftsführerin der Walliser Stube, Mara Ruedi. Ihr Kollege vom Rheinfelderhof sieht eine Verbesserung der Gesamtsituation.

«Ich finde es positiv, dass dieses Lokal gekommen ist. Es bewegt sich seither einiges zum Guten.» Als Konkurrenz sieht er das Klara nicht, «unsere Klientel ist in der Regel über 60 Jahre alt, treue Stammkundschaft. Das Klara hat ein anderes Publikum.»

Bleibt noch der Besuch in der Hotellerie. Sowohl bei Pullmann Basel Europe als auch im Adagio Aparthotel in der angrenzenden Hammerstrasse ist das Klara ganz oben auf der Liste der Empfehlungen gelandet. «Vor allem wenn die Gäste spätabends einchecken, wollen sie in der Nähe etwas trinken gehen und nicht extra ins Grossbasel fahren», sagt die Rezeptionistin bei Pullmann. Das Klara sei die naheliegendste Option für ein spätes Bier oder einen Snack geworden.

Bei anderen Geschäften wie dem Lachenmeier Farben, Photo Basilisk oder der Clara Apotheke registriert man keine Veränderung. Hier hoffen sie mit dem **Neubau** des Claraturms auf eine Aufwertung der Gegend und mehr Laufkundschaft.

## Schöne Stühle trösten den nassen Bären nicht

Ein genauer Beobachter der Situation ist André Auderset, **Präsident** der Interessengemeinschaft Kleinbasel und LDP-

Grossrat. Er sagt: «Das Klara hat eine Eisbrecherfunktion, die zu einer kommerziellen Aufwertung der ganzen Strasse beiträgt.» Dass die Aufwertung nicht allen zugute komme, sieht er auch. «Aber wie heisst es so schön: Man kann den Bären nicht waschen, ohne den Pelz nass zu machen.»

Auderset hält nicht viel von politischen Massnahmen zur Aufwertung der Strasse, man könne einen belebten Boulevard nicht von oben herab forcieren. Kürzlich hat er trotzdem ein bisschen dabei geholfen, «den Bären zu waschen», als er mit anderen Politikern und Vertretern von Pro Innenstadt ein paar Stühle **in der Clarastrasse verteilte**. Eine kosmetische Massnahme, «um die Gegend ein wenig gemütlicher zu machen».



*Kosmetik unnötig: Das Klara entspricht offenbar den ästhetischen Anforderungen. (Bild: Alexander Preobrajenski)*

Vor dem Klara direkt brauchte es keine Stühle, dafür sorgt das Lokal schon selber. Haben die Macher mit ihrem Foodcourt das gastronomische Konzept der Zukunft für sich gepachtet? «Ich glaube, dass auch bewährte Beizen heute sehr gut überleben können», sagt Heiniger, «Beispiele dafür gibt es genug. Was wir hier anbieten, ist das Essen als Erlebnis. Tradition und Erlebnis, ich glaube, das sind die beiden Pole eines Konzepts für die Zukunft.»

Auf dem Spaziergang durch die Clarastrasse wird deutlich: Auch wenn sich das Gesicht der Strasse kaum verändert hat, hinter den Fassaden erzeugen die Wellen der Klara-Eröffnung durchaus ihre Wirkung. Etablierte Betriebe im Dienstleistungssektor profitieren, während das Tiefpreissegment den Anschluss verliert.

Am andern Ende der Clarastrasse kündigt sich mit dem Bau des Hochhauses die nächste UFO-Landung bereits an. Es bleibt spannend.

Die «Klara»-Geburtstagswoche dauert vom 11. bis 16. September und beginnt am Dienstagabend, 11. September, mit einer Podiumsdiskussion zum Thema: [Clara: Von der Strasse zum Boulevard?](#)