

MARKTHALLE BASEL

Jahres  
bericht



2021

# INHALT

<b>HIGHLIGHTS</b>	.....	3
LEITBILD	.....	4
<b>ESSEN, TRINKEN, EINKAUFEN UND MEHR</b>	.....	6
PLATZ & RAUM	.....	12
<b>FRISCHE LUFT</b>	.....	13
<b>ÖFFENTLICHE ANLÄSSE</b>	.....	14
ALLTAGSHELD & ACTION ORANGE	.....	20
ZMORGELAND UND BRUNCH @ HOME	.....	21
<b>PRIVATE ANLÄSSE &amp; CATERINGS</b>	.....	22
FÜHRUNGEN	.....	24
<b>KÜCHENKARAWANE</b>	.....	25
<b>COMMUNITY</b>	.....	26
<b>FRONT</b>	.....	30
<b>MITMACHEN</b>	.....	32
<b>PARTNERSCHAFTEN</b>	.....	33
AUSTAUSCH MIT KLARA	.....	33
<b>ORGANISATION &amp; PERSONELLES</b>	.....	34
<b>AUSBLICK</b>	.....	37
<b>ANHANG</b>	.....	40

MARKHALLEN AG BASEL  
STEINENTORBERG 20  
4051 BASEL

[WWW.ALTEMARKTHALLE.CH](http://WWW.ALTEMARKTHALLE.CH)

[MITMACHEN@ALTEMARKTHALLE.CH](mailto:MITMACHEN@ALTEMARKTHALLE.CH)  
[FACEBOOK.COM/NEUEALTEMARKTHALLE](https://FACEBOOK.COM/NEUEALTEMARKTHALLE)  
[INSTAGRAM.COM/MARKTHALLE\\_BASEL](https://INSTAGRAM.COM/MARKTHALLE_BASEL)



# Highlights

Manches Auge wurde feucht, als sich im Sommer die Halle kräftig zu füllen begann. Es war grossartig. Alle Ecken leuchteten wieder. Ringsherum brutzelte es. Bäume füllten sich mit Köstlichem. Jeden Tag Events. Und wer die Augen schloss und die Ohren spitzte, hörte ein neues feines Surren, das fortan das wohlbekannte Brummen unter der Kuppel begleiten sollte: Die neue Lüftung. Einem Altar gleich thront sie nun über der Weite des Raumes. Die Rückkehr des Lebens und der Einbau einer leistungsfähigen Lüftungsanlage, die zeitlich zusammenfielen, lösten Glücksgefühle aus. Bei allen. Glücksgefühle, die sich weder von lästigen Dingen wie der Zertifikatspflicht noch von der Notwendigkeit eines erneuten pandemiebedingten Winterschlafs nachhaltig trüben liessen. Allen war klar: Die Markthalle würde es schaffen!

Das Berichtsjahr war eine Zeit des Aufbruchs. Eine Zeit der Einstimmung in ein Leben nach Corona. Und wie! Die Partnerschaft mit der Hausbesitzerin Edith Maryon AG gipfelte in einem neuen tragfähigen zehnjährigen Mietvertrag. Die Überarbeitung der Organisationsstruktur wurde in Angriff genommen und das Leitbild (vgl. nächstes Kapitel) überarbeitet.



# Leitbild

Die Markthalle Basel bietet Raum für regionale und internationale Lebensmittel und die Auseinandersetzung damit. Sie versorgt die Stadt mit frischen, guten und nachhaltig produzierten Frischwaren und Gerichten aus den unterschiedlichsten Küchen und Kulturen. Sie verbindet das regionale Umland über das Essen mit der Stadt und vereint Rezepte und Handwerk aus aller Welt unter einem Dach.

Die Markthalle Basel ermöglicht vielfältige Begegnungen, regt Dialoge an, vermittelt, bildet einen Nährboden für Neues, experimentiert, hinterfragt, gestaltet mit, setzt Impulse und verbindet Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Herkünften.

Dabei orientiert sie sich an klaren Werten:

## VIELFALT:

Die Markthalle Basel ist ein Abbild der Vielfalt der Stadt. Sie steht für ein gleichwertiges Miteinander, für Weltoffenheit und für Vernetzung. Dies wird durch die Vielseitigkeit des Gastronomieangebotes und des Veranstaltungsprogramms widergespiegelt.

## REGIONALITÄT:

Die Markthalle stärkt und vernetzt gastronomische und landwirtschaftliche (Familien-)Betriebe der Region mit Märkten, Bildungsangeboten und weiteren Formaten. Sie leistet damit einen Beitrag zur Einbindung der Region und zu ihrer Ernährungssouveränität, fördert Kleinbetriebe und unterstützt die Idee einer Gemeinwohl-Ökonomie (Austausch von Waren, Netzwerk-Ökonomie).

## TEILHABE:

Die Markthalle Basel gestaltet Programm und Prozesse partizipativ. Sie bietet vielerlei Möglichkeiten, sich einzubringen. Damit fördert die Markthalle Basel Mitwirkung, Innovation, Start Ups und neue Kulturschaffende, Bildung und Ausbildung und präsentiert ein vielseitiges Kulturangebot.

## EINBINDUNG:

Die Markthalle Basel lebt aktive Inklusion über das Essen und den Begegnungsort mit Kulturangebot: Inklusion von Menschen aus verschiedenen Kulturen, Inklusion von Menschen mit Behinderung, Inklusion von Stadt und Land.



NACHHALTIGKEIT:

Die Markthalle Basel steht ein für faire Produktionsbedingungen und Sozialstrukturen, für Diversität und Sortenvielfalt in der Landwirtschaft sowie für nachhaltige Produktion und Vertrieb von Lebensmitteln. Die Markthalle Basel arbeitet ökonomisch nachhaltig nach dem Prinzip der Suffizienz und investiert allfällige Gewinne in Betrieb und Entwicklung.

## DIE 5 SÄULEN DER MARKTHALLE BASEL

Das Konzept der Markthalle Basel ist auf fünf Säulen aufgebaut: Gastronomie (und daran geknüpfte Angebote), Ladenlokale und Produktionsstätten (Produktion-Verarbeitung-Vertrieb), Märkte (Spezialmärkte, Wochenmärkte), öffentliche kulturelle Veranstaltungen (Kochnische, Degustationen, Kurse, Bildungs- und Familienangebote, Musik- und Bühnenveranstaltungen, Vorträge, Workshops, Podien), Innovation.



# ESSEN, TRINKEN, EINKAUFEN & MEHR

## FOODSTÄNDE

Sorgte die neue Lüftung für gute Luft, brachten vier neue Anbieter:innen frischen Wind: Im Frühling begrüßten wir Salsitsch mit hausgemachten regionalen Fleischspezialitäten am Markt. Im Herbst eröffnete bOhwls mit gesunden und vielfältigen Bowls einen Stand. Im Dezember kamen Adaly mit kolumbianischen Spezialitäten und Tenzin Yummy! mit handgemachten tibetischen Momos dazu.

In der ersten Augustwoche waren alle Foodstände für eine Woche abgebaut worden, damit im Zuge des Lüftungseinbaus eine Aufwertung der Infrastruktur mittels Chromstahlverkleidungen und neuer Abzugshauben erreicht werden konnte. Aus logistischen Gründen wechselten einige Foodstände nach dem Lüftungseinbau ihren Standort: Caribbean House war nun zwischen Flavors of Jerusalem und Persian Gulf zu finden. Von Meisterhand reihte sich neu ein zwischen Amanis Afghan Food und Acento Argentino und wechselte gleich auch Namen und Angebot: Kervansaray bot nun türkische Grillspezialitäten an. La Magdalena übernahm den frei gewordenen Platz von Von Meisterhand. Salsitsch und Pappagallo Pizza tauschten die Plätze. Die Wechsel wirkten erfrischend. Im Berichtsjahr haben mit Ploy Siam und Himalaya Burger zwei Foodstände die Markthalle verlassen.





## LISTE DER IM 2021 PRÄSENTEN FOODSTÄNDE IN DER MARKTHALLE BASEL

**ABYSSINIA**

**ACENTO ARGENTINO**

**ADALY**

(AB DEZEMBER 2021)

**AMANIS AFGHAN FOOD**

**BOHWLS**

(AB NOVEMBER 2021)

**CARIBBEAN HOUSE**

**DABBAWALAS**

**FLAVORS OF JERUSALEM**

(EHEMALS FLAVORS OF ISRAEL)

**GOI'S THAI KITCHEN**

**HIMALAYA BURGER**

(BIS JULI 2021)

**I LOVE SUSHI - TERIYAKI**

**KERVANSARAY**

(EHEMALS VON MEISTERHAND)

**LA AREPERA**

**LA MAGDALENA**

**NANE SELE**

**NÓN LÁ - VIETNAMESE STREETFOOD**

**PERSIAN GULF**

**PIZZA PAPPAGALLO**

**PLOY SIAM**

(BIS JULI 2021)

**SALSITSCH**

(AB APRIL 2021)

**SOUTH AFRICA GRILL**

**TENZIN YUMMY!**

(AB DEZEMBER 2021)

**THIPP'S THAI CUISINE**

**T-PUNTO**



# POP-UP BOX

Die Pop-Up Box hatte lange auf ihren grossen Auftritt warten müssen: Erst nachdem die Covid-19-Massnahmen gelockert worden waren, kehrte Leben in die Box zurück. Im Oktober wurde sie mit koreanischen Kosmetikprodukten der Tu-la-Roo Boutique gefüllt. Einen Monat später bot die Weinhandlung Hervé Le Puy für eine Woche mediterrane Weine & Liköre an. Und zum Jahresende verwandelte das Atelier KLY675 die Pop-Up Box für einen Monat in ein kleines, einladendes Advents-Wunderland: mit farbenfrohem Porzellangeschirr, wild fermentierten Produkten und Kombucha von Pure Taste. Das Angebot fand grossen Anklang, und das Häuschen war in der Markthalle nicht mehr zu übersehen!





# LÄDEN, BARS & MANUFAKTUREN

Die festen Angebote unserer Boxen am Kuppelrand sind eine wertvolle Ergänzung zu Märkten, Events und Gastronomie. Ihre unterschiedlich genutzten und gestalteten Innenräume eröffnen eigene Welten und gewähren Einblick in Herstellung, Verarbeitung und Veredelung von Lebensmitteln. Glacé-, Bier-, Wein- und Cocktailvielfalt, Fische und Meeresfrüchte, Bean to Bar-Schokolade, Kaffee, Öle, Holzofen-Brot und allerlei Gebäck, Salate, regionales Gemüse, Obst und weitere Bioprodukte gehören unverändert zum ständigen Angebot der Markthallen-Shops.

Im Berichtsjahr erfolgte die Bauabnahme des neuen Kamins der Hausbäckerei Cool Beans. Nun muss das Brot nicht mehr im Ofenanhängen draussen vor dem Haupteingang gebacken werden. Zwischen November und Dezember zog das Pop-Up Chäsgschichten in die ehemalige Käserei Mylk als Zwischennutzung ein. Im selben Raum wurde anfangs Jahr der Action Orange-Wein gegoren und in einem nächsten Schritt das markthalleneigene Bier namens Alltagsheld gebraut. Im Oktober war der Muster-Shop CLEVER mit einer interaktiven Ausstellung für nachhaltiges Einkaufen zu Gast. Fellow Goldschmiede zog Ende September aus der Markthalle aus.





## LISTE DER SHOPS & LÄDEN DER MARKTHALLE IM 2021

BERGS HOFLADEN

BIERREVIER

COOL BEANS

CHOCOLARTE

ESCASANO

EISURU

FELLOW GOLDSCHMIEDE

(BIS SEPTEMBER 2021)

FINKMÜLLER

FISH & MORE

HAUSBAR

HINZ & KUNZ

REPSTATT

VINO E/Y VINO



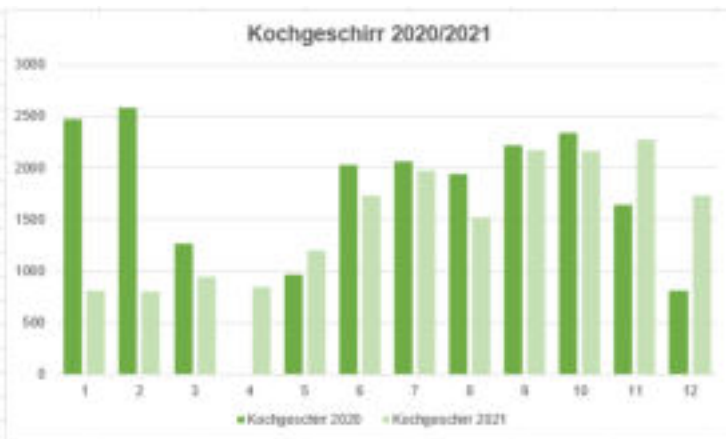
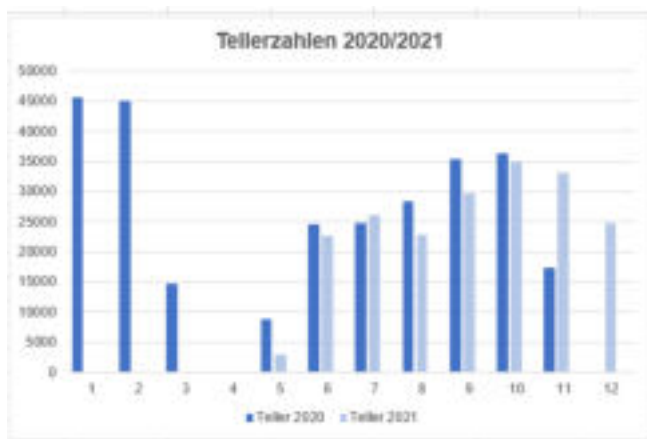
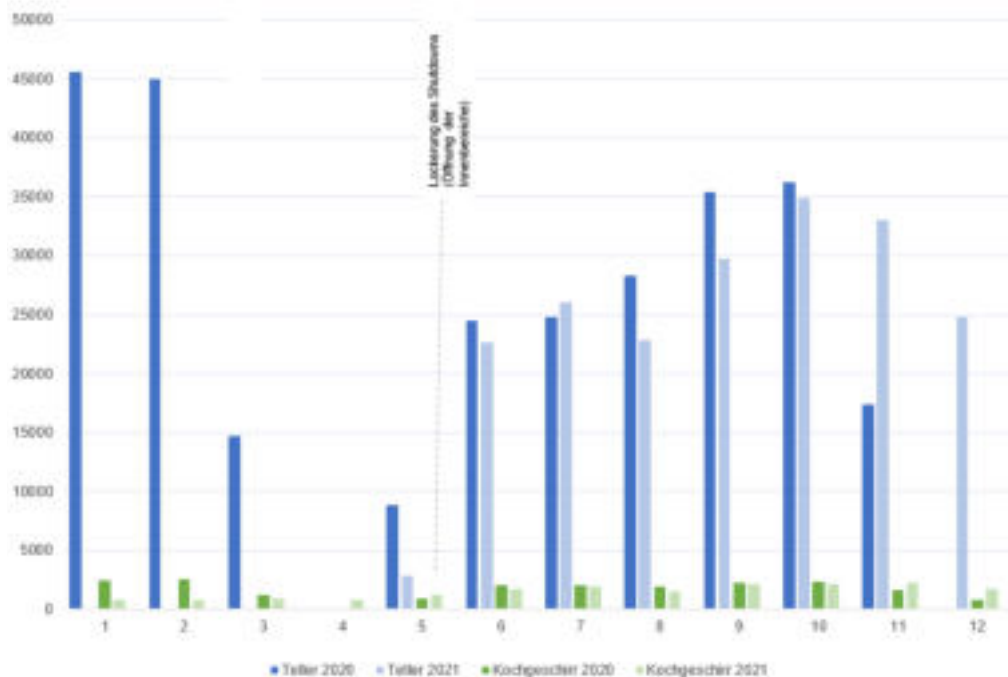


# GESCHIRR- GESCHICHTEN

Pandemiebedingt startete die zentrale Abwaschküche mit reduziertem Betrieb ins neue Jahr. In den ersten vier Monaten war nur Take Away erlaubt, und so gab es keine Teller zu reinigen. Einzig das Kochgeschirr der Anbieter:innen wurde täglich gewaschen.

Als Ende Mai die Sitzplätze im Innenbereich wieder geöffnet werden durften, kam das Mehrweggeschirr wieder zum Einsatz. Ab Juni stieg die Anzahl gereinigter Teller stetig an, und die Abwaschküche nahm Fahrt auf. In den Monaten Oktober und November wurden wieder je über 30'000 Teller gereinigt. Im Dezember waren die Zahlen coronabedingt wieder rückläufig. Total wurden im Berichtsjahr rund 200'000 Teller gesäubert, was einem Wert von 40% gegenüber vor Corona entspricht.

Entwicklung Geschirr Markthalle 2020/2021



# PLATZ & RAUM

Anfang Jahr standen in der Markthalle Basel keine Sitzplätze zur Verfügung. Der Betrieb war allein auf Take Away ausgerichtet, und die leeren Flächen unter der Kuppel wurden punktuell für Kunstprojekte oder als Lager für ungenutzte Möbel benutzt. Ab dem Sommer, als es aufgrund des oft schlechten Wetters viele nach drinnen zog, bot sich dann wieder das gewohnte Bild: Tische & Stühle in der Halle verteilt, mit viel Abstand und verteilt auf die Kuppel, Wohnzimmer, Salon und die Räume Mono und Stereo, wo einst Le Monot und Bajour gehaust hatten. Auch draussen luden die teils überdachten Tische zum Verweilen ein. Wetterbedingt waren diese Plätze jedoch nicht immer heiss begehrt.

Der Aufbruch im Herbst sorgte dafür, dass zurückgestellte Umgestaltungspläne aus der Schublade gekramt und zum Teil sofort umgesetzt wurden. Die Plattform, auf der die Lüftungsanlage steht, erhielt neue Lampen, um den Bereich darunter freundlich zu erhellen. Die Lüftung erschien in einem glitzernen Kleid aus silberner Lametta, was ihr den feierlichen Charakter verlieh, den sie verdiente. Über der Kinderecke, die um ein Spielhäuschen reicher wurde, schwebten neue Lampen im Ballondesign, und die Umgestaltung der Nische zwischen Bierrevier und Hinz+Kunz stand Ende Dezember bereits in den Startlöchern.





# Frische Luft

Mit dem Einbau der neuen Lüftung ging ein lang gehegter Traum in Erfüllung. Die mehrstufige Umluftanlage funktionierte zuverlässig, und es blieb nun kein Essensgeruch mehr in den Kleidern hängen. Einem Markthallen-Lunch vor einem Nachmittag im Büro sollte also nichts mehr im Wege stehen, die Luft war rein!

Der Realisation war eine mehrjährige Planungszeit voraus gegangen. Denn eine gute Lösung für ein so spezielles Gebäude, wie es die Markthalle Basel zweifelsohne darstellte, musste erst gefunden werden. Entsprechend aufwändig und ambitioniert war das Projekt. Und ohne die grosse Unterstützung von Dritten und die richtigen Umsetzungspartner:innen wäre der Einbau nicht möglich gewesen. Ein grosses Dankeschön gilt darum all jenen, die das Projekt durch ihre finanzielle Unterstützung oder ihre Arbeit mitgetragen und damit die Wahrnehmung der Markthalle als grössten überdachten Treffpunkt der Stadt gestärkt haben.

Wir danken den Finanzierungspartner:innen: Edith Maryon AG, Christoph Merian Stiftung, Sophie und Karl Binding Stiftung und BIS.



## UND ALLEN AN DER UMSETZUNG BETEILIGTEN UNTERNEHMEN:

A+F BRANDSCHUTZ  
APPLIED ACOUSTICS GMBH  
BAUBÜRO IN SITU AG  
BÜRGERSPITAL BASEL  
BÜRO FÜR BAU+HOLZ GMBH  
BRETSCHER SÖHNE AG  
HWT UMWELTTECHNIK AG  
KAPULICA AG - GERÜSTBAU  
ROSENMUND HAUSTECHNIK AG  
SCHREINEREI STOHLER  
SCHREINEREI ZWICKY AG  
SIEMENS SCHWEIZ AG  
ZIMMERIA ST. JOHANN GMBH



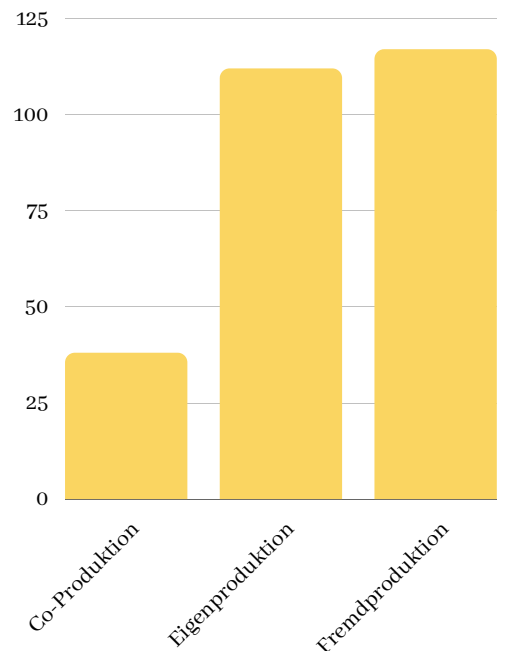
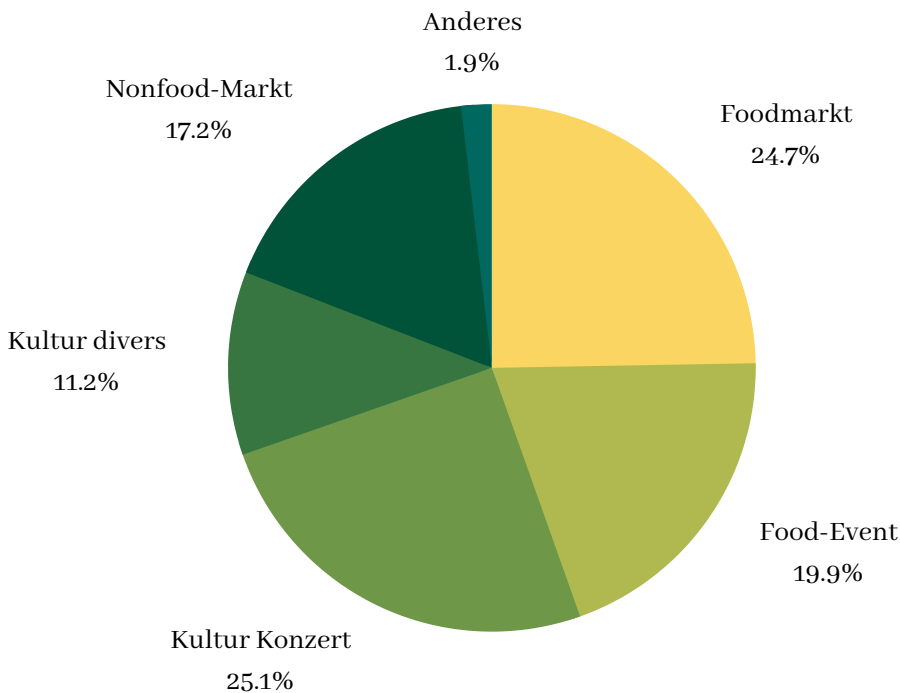
Das Jahr 2021 begann ähnlich ruhig wie das Jahr 2020 aufhörte. Alle Anlässe von Januar bis Anfang März mussten abgesagt werden, allein der Samstagsmarkt fand immer statt. Nach vereinzelt Märkten im Frühjahr konnte sich unser öffentliches Veranstaltungsprogramm erst im Juni wieder in seiner ganzen Vielfalt zeigen. Während des ruhigen und stark verregneten Sommers planten wir das Herbstprogramm und nahmen verstärkt Kontakt mit Kooperationspartner:innen auf, die sich angesichts der Pandemie teils mutiger, teils verhaltener zeigten. Ab September wurden unsere Anlässe besser besucht, zaghaft steigend von Woche zu Woche.

Unsere Gäste konnten wir sowohl mit bekannten wie auch neuen Formaten anlocken. Besonders gut lief es im Oktober und November. Wegen der Schutzmassnahmen war es jedoch auch dann nicht möglich, an frühere Zahlen anzuknüpfen. Weitere Wermutstropfen: Die Kooperationen mit unseren langjährigen internationalen Veranstaltungspartner:innen des International Comedy Clubs sowie unseres grössten Events - dem Beer Dome - wurden aufgrund mangelnder Planungssicherheit leider verunmöglicht. Der Marktschwärmer konnte nach dem enormen Boom im Lockdown 2020 nicht an den Erfolg anknüpfen, die Kund:innenzahl hat sich jedoch auf niedrigem Level stabilisiert.





# ZAHLEN & FAKTEN



# KULTURPROGRAMM

Als Highlight im Februar hatten wir ein Künstler:innenkollektiv - Frequenz 21 - in Residenz. Dieses ging kreativ und offensiv mit der Pandemiesituation um, in dem es sich mit dem Thema Nähe-Distanz auseinandersetzte. Im Juni konnten wir ein breites Programm bieten: EM-Übertragung, Volksmusik-Konzert, Basler Wymärt, Ausstellungen und weiteres. Im Herbst überzeugten kleine Formate mit überschaubarem Publikum, zum Beispiel die regelmässigen Irish Sessions und Songwriter Sessions, welche von Mal zu Mal mehr Publikum verzeichneten, womit zugleich die Stimmung an den Anlässen stieg.

Besonderes Interesse zog die Veranstaltungsreihe Dialog im Quartier - Basel isst nachhaltig an, die wir für die IG Ernährungsforum und zusammen mit zahlreichen Partner:innen im Bereich der nachhaltigen Ernährung planen und umsetzen durften. Im knappen Zwei-Wochen-Rhythmus fand ein intensiver Austausch in der lokalen und überregionalen Szene mit schweizweiten Expert:innen in ihren jeweiligen Fachgebieten statt.





# MÄRKTE

Im Januar gab es einen ersten Dämpfer: Die Basler Fasnacht wurde abgesagt - und somit auch unsere Fasnachtsbörse für Larven und Kostüme. Glücklicherweise waren wir über die erneute Durchführung des Olivenölmarktes. Die generelle Stimmung an diesem und weiteren Märkten: Dankbarkeit und Freude bei den Teilnehmenden, dass eine Durchführung ermöglicht wurde, was uns in unserem Vorgehen bestärkte: Optimistisch und fokussiert durchführen, was möglich ist - unter Berücksichtigung der Schutzkonzepte.

Gegen Ende April konnten wir erstmals zwei grössere Märkte veranstalten: Die Pflanzmarkthalle und den Flohmarkt, die einen grossen Andrang erlebten. Im Mai sodann gingen zwei völlig unterschiedliche, hochqualitative Anlässe für Kenner:innen über die Bühne: Die Schweizer Weintage und der Pure Heavy Markt für CDs und Schallplatten. Den Auftakt im Herbst bildeten Kooperationen mit starken Partnerorganisationen: Der Marktplatz55+ und die Infomesse für Eltern mit Kleinkindern waren erfreulich gut besucht.

Der Flohmarkt wurde angepasst: Wir haben den zweiten monatlichen Sonntagsflohmarkt durch einen morgendlichen Samstagflohmarkt ersetzt. Monatlich waren mehr Buchungen sowie Besucher:innenzahlen an den Flohmärkten zu beobachten. Weiterhin resultierte die hohe Nachfrage nach Kleiderflohmis in der Planung mehrerer eigenständiger Kleiderflohmis abseits des gängigen Flohmarkt-Wochenendes anfangs Monat. Hatte der Vinyl Market vom Frühling noch abgesagt werden müssen, so verzeichnete die diesjährige Herbstausgabe einen regelrechten Run an Anmeldungen und dankbares Publikum. Weitere positive Überraschung: Der Basler Wymärt vom Oktober verzeichnete seine höchste Anzahl Stände. Der erste Basler Keramikmarkt war ebenfalls ein voller Erfolg. Immerhin mittelmässig besucht waren die Bier Basel, das Genussfestival der Genusswoche, der Öpfeltag, der Kreativmarkt inkl. Materialbörse, der Fine Food Markt, der zweite Musikflohmarkt sowie der Last Minute Weihnachtsmarkt.



## DAUERBRENNER KULTURPROGRAMM

- Irish Sessions
- Songwriter Sessions
- Swiss Market Place
- Verein Markthall - Offenes Singen

## NEUE FORMATE

- 4 the Kultur - Beauty and Diversity in Black Culture
- Filmvorführung und Gespräch mit Davi Kopenawa, Gesellschaft für bedrohte Völker, Schweiz
- Frequenz 21 residency
- Inputreferat und Podium mit Pro Cap Nordwestschweiz
- Keramikmarkt
- Podiumsdiskussion SP Frauen Basel-Stadt
- Videoausstellung Videocity.bs
- Weltacker: Welternährungstag





# KOOPERATIONEN 2021

4SEASONS, 4 THE KULTUR, ABTEILUNG KULTUR BASEL-STADT, AG NACHHALTIGKEIT UNI BASEL, AGRARINFO, AGRICO GENOSSENSCHAFT BIRSMATTEHOF, AMT FÜR UMWELT UND ENERGIE BS, AROMAREICH, BAJOUR, BASEL MUSIC MEETUP, BASEL UNVERPACKT, BASEL SINFONIETTA, BASLER WYMÄRT, BALTHASAR STREIFF, BIER IDEEN, BIERLAGER, BIO SUISSE, BIOVISION, BONVINANT, BOXCLUB BASEL, CAFÉ SPURLOS, CHILLIWERK, COMPAGNIE TROTTVOIR, COOP, COUCHFLUX, CRESCENDA, CROWD CONTAINER, CULTURESCAPES, DESIGN COLLECTOR, DOGGATOR RECORDS, ECHTZEITVERLAG, EDELCHRÜSLER, ELLI BENAIAH - NUMNUM DELICIOUS, ELISABETH BLERSCH, EBENRAIN ERNÄHRUNGPLUS, ERZIEHUNGSDEPARTEMENT KANTON BASEL-STADT, FERMENTISTA TONIE OESTER, FESTIVAL IMAGINE, FIBL, FINGERSHOP, FLORIAN JAKOBER, FOOD HACK, FOODSHARING BASEL, FOODWAYS, FOLIENANGO, FORUM FÜR ZEITGEMÄSSE ERNÄHRUNG, FRUCTUS, GGG BENEVOL, GENUSSWOCHE BASEL, GESELLSCHAFT FÜR BEDROHTE VÖLKER SCHWEIZ, GESUNDHEITSDEPARTEMENT KANTON BASEL-STADT, GRAIN OF SOIL, GREENPEACE SCHWEIZ, GSÜNDER BASEL, HEILPFLANZEN-KURSE - ANNEMARIE HEINIGER UND ANITA SCHILTER, HOCHBEET BASEL, IG ERNÄHRUNGSFORUM BASEL, IMPACT HUB BASEL, IMPIEGA, INSIEME, INSTITUTE FOR PEACE AND DIALOGUE, INTERNATIONAL COMEDY CLUB, INTERNATIONALES BASLER FIGURENTHEATER FESTIVAL, JULIEN ANDERRÜTI, JÜRIG KAUFMANN, KANTONS- UND STADTENTWICKLUNG BASEL-STADT, KLUS 177, KOMPOSTBERATUNG - STADTGÄRTNEREI BS, LA GRAN PETRAÑA, LANDWIRTSCHAFT MIT ZUKUNFT, LEBENSMITTEL NETZWERK BASEL, LYFA.CH, MONIR ELMERGHINI - IM ZAUBER DES TAJINE, MOMENTUM MED - FRANCESCA FRICIELLO BALLMER, NATHALIE HAEGELE, NINJA CONCEPT, NJOY - TRANG NGUYEN, ÖPFELCHASPER, PATRICK MÖCKLIN & NORTHER TRUST, PATRICIA LEFORESTIER, PASCAL BOSSHARD, PHIL SEENS, PLANT SCIENCE CENTER ZÜRICH-BASEL, PRO CAP NORDWESTSCHWEIZ, PRO INNERSTADT BASEL, PRO SPECIE RARA, QUARTIERKOORDINATION GUNDELINGEN, RECIRCLE, SANER APOTHEKE, SCIENCE AND FICTION (VEREIN FÜR WISSENSKULTUR), SCHWEIZER WEINTAGE, SLOW FOOD BASEL, SLOW FOOD SCHWEIZ, SPENDENPARLAMENT BASEL, SP FRAUEN BASEL-STADT, STADTPILZE BASEL, STADTTEILSEKRETARIAT BASEL-WEST, STADTTEILSEKRETARIAT KLEINBASEL, SULP, SWISS MARKET PLACE, SWISS FRUIT SCHWEIZER OBSTVERBAND, UNITERRE, URBAN AGRICULTURE BASEL, URBANROOTS, VEREIN IDEAS, VEREIN MARKTHALL, VEREIN SOZIAL LABOR, VICTOR SAUDAN, VIDEOCITY, WELTACKER, WELTERNÄHRUNGSTAG, WERTISTÄTTE, WILDWUCHS, VEREIN STANDPUNKTE, ZHAW INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN.



# ALLTAGSHELD & ACTION ORANGE

Ein kurzer Rückgriff: Die Markthalle Basel und das Weingut Klus 177 machten 2020 zusammen einen Orange Wine. Angestossen wurde die Idee von den Schweizer Weintagen, die die Action Orange zusammen mit Joël Gernets Wein-Blog Bonvinvant begleiteten. Bei jedem Arbeitsschritt in der Markthalle konnte man den Macher:innen über die Schulter blicken. Der Prozess von der Ernte bis zum fertigen Wein dauerte ungefähr 8 Monate. Im Mai 2021 wurden die rund 230 Literflaschen an den Schweizer Weintagen verkostet und verkauft. Eine Neuauflage des eigenen Markthallen-Weins war aufgrund der schlechten Ernte 2021 leider nicht möglich. Es kam aber dafür die Idee auf für das nächste Getränk: Bier. Im Herbst wurde der Braukessel aufgestellt und heraus kam das Alltagsheld.

Man nehme: Malz aus Délemont, Hopfen aus Allschwil, Hefe und frisches Wasser. Zunächst wurde das Malz eingemaischt und mit dem Hopfen gekocht. Nachdem das Gemisch abgekühlt ist, wird fürs Aroma noch mehr Hopfen beigegeben und schlussendlich die Hefe. Das dauerte bei unserem Bier etwa sechs Stunden. Dann wird gegärt, in unserem Fall bei 19 Grad und offenem Kessel. Nachdem noch ein wenig nicht gegärtes Bier als Würze in die Masse reinkam, wurde alles noch in Fässer abgefüllt, damit das Bier die typisch prickelnde Kohlensäure entwickeln kann. Nach gerade einmal drei Tagen war dieser Prozess abgeschlossen und wir konnten die Flaschen abfüllen, verschliessen und etikettieren.

Gemeinsam mit der Hopferei Sissach und der Brauerei Roscha kam ein helles, hopfiges und leichtes Bier heraus. Fast 500 Flaschen wurden abgefüllt, etikettiert und an der HausBAR verkauft.







# ZMORGELAND & BRUNCH @HOME

Bis in den späten Frühling hinein war das Zmorgeland coronabedingt gezwungen, seine sonntägliche Verwöhnkultur wieder auf die Heimlieferung zu verschieben. Bis zu 400 Gäste pro Monat warteten zu Hause im Bett, bis der Brunch@Home an der Wohnungstür klingelte. Anschliessend dauerte es nicht lange, bis wieder regelmässig über 200 Gäste in der Markthalle Basel frühstückten. Es zeigte sich, dass das Zmorgeland gerade bei Familien mit kleinen Kindern einen festen Wert darstellt. Unter der Kuppel mit ihrer Rutschbahn und der Spielecke, der Kindermarkthalle, fühlen sich die Kleinen wohl und willkommen, was ihre Betreuungspersonen entspannt und sie an den zahlreichen Buffets wieder und wieder etwas Neues entdecken lässt.

Insgesamt verzeichnete das Zmorgeland 5'732 Gäste vor Ort. Das entspricht gegenüber 2019 einer Abnahme von 42%.







# Private Anlässe & Caterings

Nachdem die erste Jahreshälfte dem Virus zum Opfer gefallen war, kehren die privaten Anlässe nur zögerlich in die Markthalle zurück. Die Umsatzeinbusse gegenüber 2019 betrug im Zeitraum Juli bis September noch immer erhebliche 57%, was darauf zurückzuführen ist, dass die Markthalle überdurchschnittlich grosse Gruppen anzieht, welche jedoch naturgemäss einer höheren Planungssicherheit bedürfen und längere Vorlaufzeiten brauchen.

Erst im Oktober zeichnete sich eine Art Normalisierung ab. Die Software-Entwicklungsmesse BaselOne konnte wieder stattfinden, nachdem sie im Vorjahr ins Wasser gefallen war. 54 weitere private Events sorgten für eine Minimierung der Umsatzeinbusse auf 17%.

Und obschon die ganz grossen Weihnachtsessen fehlten, waren die Aussichten für das vierte Quartal vielversprechend gewesen, bevor das Virus die Pläne unserer Gäste erneut durchkreuzten.

Insgesamt kamen im Berichtsjahr 391 private Events und Caterings zur Durchführung, was einem Minus von nur 29% gegenüber 2019 entspricht. Die Umsatzeinbusse betrug jedoch 70%, was damit zu erklären ist, dass die Veranstaltungen weniger gross waren und - insbesondere was das Essen und Trinken betrifft - von den Gästen zurückhaltend bestellt wurden.







Der Arbeitsausfall im ersten Halbjahr erlaubte die Entwicklung des Markthallen-Mobils. Unseren neuen kleinen Foodtruck setzten wir ab Mitte Mai täglich im Uni- und Spitalviertel bei der Hebelschanze ein, wo er auf dem Standort der Küchenkarawane täglich ein vegetarisches Mittagessen aus der Markthalle feilbot. Im Sommer und im Herbst glänzte das Mobil u. a. mit seinen Auftritten am Oekolampad-Fest, am Theaterplatz-Fest, auf dem LIDO im Lysbüchel-Areal und auf dem Markt am Wasserturm auf dem Bruderholz.



# FÜHRUNGEN

Seit einigen Jahren bietet die Markthalle Basel Führungen hinter die Kulissen an. Gäste erfahren auf diesen Touren mehr über die Geschichte der Markthalle und über das heutige Konzept und sehen dabei die Katakomben mit Lagern und weitere Orte. Während vor der Pandemie regelmässig öffentliche Führungen an Spezialmärkten und an ausgewählten Daten angeboten wurden, wurden 2021 vor allem Führungen im privaten Rahmen gebucht. Es war aber auch eine Klasse der Primarschule Volta zu Besuch sowie die Pro Senectute und andere Vereine. Insgesamt fanden 8 Führungen statt im 2021.

Führungen können auf Anfrage ab sechs Personen gebucht werden und dauern 30-90 Minuten, je nach Wunsch. Diese kosten pro Person CHF 10 (bis 60 Minuten) oder CHF 15 (bis 90 Minuten), ein Getränk pro Person ist inbegriffen. Im 2022 können hoffentlich wieder regelmässig öffentliche Führungen ins Angebot aufgenommen werden, weil diese beim gemeinsamen Umtrunk auf unmittelbare Weise zu bereichernden Gesprächen führen.







Die Küchenkarawane startete im Frühling 2021 mit neuen Partner:innen in die Saison. Neben dem bestehenden Charlie Brown mit apulischen Spezialitäten schlossen sich drei neue Trucks der Karawane an: Tenzin Yummy! sorgte von März bis Oktober an der CIBA mit feinen Momos und anderen tibetischen Spezialitäten für glückliche Gäste. Und Meat&Greet starteten im Mai mit Burgern vom Grill an der CIBA und am Volaplatz. Zu guter Letzt brachte unser neu entwickeltes Markthallen-Mobil die Vielfalt der Markthallen-Foodstände an die Hebelschanze. Mit einem eigenen Angebot wollten wir die Entwicklung der Küchenkarawane noch näher mitverfolgen und vorantreiben und lancierten dazu ein dreimonatiges Pilotprojekt von Mai bis September.

Meat & Greet sowie Charlie Brown verliessen die Küchenkarawane im Juli, da sich ihre Standorte nicht nach ihren Vorstellungen entwickelten. Tenzin Yummy! wechselte im Oktober zu einem fixen Standplatz in der Markthalle Basel.

Und da sich auch für unser Markthallen-Mobil während der Pilotphase keine Perspektiven ergaben und das Projekt gestoppt wurde, blieben die Standorte der Küchenkarawane ab Oktober bis Ende Berichtsjahr unbesetzt.

Auch nach knapp drei Projektjahren konnte sich die Küchenkarawane nicht verstetigen und es gelang nicht, den grossen Herausforderungen der Standorte (nur für autarke Foodtrucks geeignet, grosse Wetterabhängigkeit, Konkurrenz durch subventionierte Kantinen in unmittelbarer Nähe) zu begegnen. Ende Jahr suchten wir darum den Dialog mit der Bewilligungsgeberin, der Allmendverwaltung, um ganz offen alle möglichen Handlungsoptionen zu diskutieren, die dann im 2022 umgesetzt werden können.





Der grösste überdachte Freiraum der Stadt, eine Piazza für Ideen, Frisches und Begegnungen: das ist die Markthalle Basel. Im 2021 waren Begegnungen und das Verweilen lange Zeit nicht möglich. Viele Veranstaltungen konnten nicht durchgeführt und die Gerichte aus aller Welt durften nur Take Away verkauft werden, wodurch sich die Kommunikation auf unseren Kanälen sowie in der medialen Berichterstattung stark um Corona und damit zusammenhängende Massnahmen drehte. Ein Auszug über die Medienberichte findet sich im Anhang.

Die ruhige Zeit widerspiegelt sich auch in der Google-Statistik: in den drei "Take Away only"-Monaten Januar, Februar und März verzeichnete Google etwa 123'000 Suchanfragen. Danach zeichnete sich ein Aufwärtstrend ab, der im September auf 680'000 und im November auf 700'000 Anfragen stieg. Die meisten Suchanfragen beziehen sich auf Google Maps und geben daher ein gutes Bild davon, wann der Betrieb 2021 am beliebtesten war. Auch bei den Webseitenaufrufen zeigt sich die Wiederbelebung des Betriebs: während Anfang Jahr noch ca. 15'000 Aufrufe verzeichnet wurden, waren es im Oktober fast 60'000.

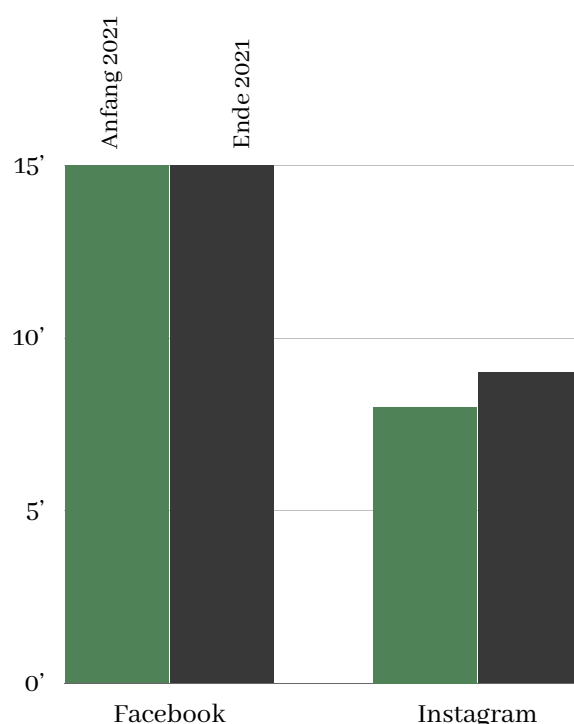




# SOCIAL MEDIA & NEWSLETTER

Der Zuwachs der Online-Community ging auch im Jahr 2021 auf erfreuliche Weise weiter, wenn auch nicht ganz so steil wie im Jahr davor. Ende 2021 kratzt der Instagram-Account an der 10'000 Follower:innen-Marke. Im Vergleich mit anderen, ähnlichen Projekten wie der Markthalle Neun in Berlin oder Borough Market in London sind wir zwar noch nicht auf dem Niveau der "Konkurrenz" angelangt, können uns aber doch von anderen Accounts in der Schweiz abheben. Die Follower:innen der Markthalle Basel waren 2021 reaktionsfreudig und haben durch eigene Aktivitäten zu einer (erhöhten) Reichweite auf Social Media beigetragen. Nicht zuletzt haben wir uns auch 2021 sehr über Reaktionen aller Art gefreut, ob Reaktionen auf Postings oder allgemeinen Rückmeldungen auf unser Angebot, das kulturelle Programm oder unsere Einrichtung. Sehr oft sind wertvolle Inputs dabei, die uns auch helfen, die Kommunikation und das Angebot zu verbessern.

## ENTWICKLUNG FOLLOWS



## ZUWACHS FOLLOWS FACEBOOK

**230**

## ZUWACHS FOLLOWS INSTAGRAM

**1'112**

## REICHWEITE FACEBOOK\*

**236.356**

## REICHWEITE INSTAGRAM\*

**69.645**

\*Auf Social Media ist nicht nur die Zahl der Abonnent:innen entscheidend für die Sichtbarkeit, sondern auch die Reichweite, also wie viele Menschen einen Beitrag sehen. Auf beiden Plattformen kann diese durch finanzielle Mittel erhöht werden, sowohl für einzelne Veranstaltungen als auch für Beiträge und die Markthalle als Ganzes. 2021 wurde dies regelmässig gemacht, zum Beispiel um mehr Besuchende an Märkte zu locken oder um die neue Lüftung bekannt zu machen.

Anfangs Jahr waren unsere Aktivitäten auch online eingeschränkt, da wir uns in Kurzarbeit befanden und nur Take Away und Einkauf möglich war. Die ersten Events im April wie die Pflanzmarkthalle erhielten praktisch ganz von alleine Aufmerksamkeit, da zu dem Zeitpunkt in der Region keine (vergleichbaren) Events stattfanden. Trotz des Ausbleibens von Events und sitzenden Gästen: Inhalte boten wir regelmässig, auch (und vor allem) um in Basels Gedächtnis zu bleiben - was uns in der gesamten Pandemiezeit positives Feedback von Stammkund:innen einbrachte.

Unsere Gäste und andere Interessierte werden nicht nur auf unserer Website und Social Media informiert, sondern auch per monatlichem Newsletter. Events, neue Foodstände, Stellen und mehr werden auf vier Kanälen verbreitet, Events zusätzlich noch auf diversen Online-Veranstaltungskalendern.

## NEWSLETTER SUBSCRIBERS

# 7'394

STAND JANUAR 2022





# SIGNALETIK

Aufgrund der nach wie vor anhaltenden Pandemie und der damit verbundenen wechselnden Bestimmungen bestand ein guter Teil der Kommunikationsarbeit im 2021 darin, die geltenden Covid-19-Regeln verständlich sichtbar zu machen. So wurden Sticker gestaltet und geklebt, Plakate mit Piktogrammen aufgehängt und die Onlinekanäle aktuell gehalten. Zu Beginn der Wiedereröffnung der Sitzplätze in der Halle blieb das Contact-Tracing ein Thema, im September dann trat das Covid-Zertifikat für die Gastronomie in Kraft. Nebst der schnellen Reaktionsfähigkeit und der Aussenkommunikation war das Entwickeln eines für alle möglichst unkomplizierten Systems wichtig - die Wahl fiel schliesslich auf ein System mit Tyvek-Armbändern.



Allen Ständen, Läden, Nachbar:innen und unseren Veranstaltungen einen kommunikativen Platz innerhalb der Halle zu geben und die Aufmerksamkeit der Besuchenden auf sich zu ziehen, war schon immer eine Herausforderung. Die nun zusätzlich hinzukommenden Hinweistafeln, Piktogramme und QR-Codes zum Einscannen erschwerten die Situation zusätzlich. Gleichzeitig nahm - erfreulicherweise - der Gesamtbetrieb in der Halle an Fahrt auf: mehr Events wurden geplant und wollten kommuniziert werden. Es galt also, immens viele Informationen so verständlich wie möglich in der Halle zu platzieren, ohne jemanden zu kurz kommen zu lassen. Wie bisher wurde Material für eigene Veranstaltungen und für die Hallenkommunikation inhouse produziert.





In der Markthalle Basel kommen täglich viele unterschiedliche Menschen zusammen. Viele Gäste sind froh um Auskünfte oder kommen mittags und abends an die HausBAR für erfrischende Getränke.

Während der Öffnungszeiten der Markthalle ist immer ein:e Gastgeber:in anwesend, um die Bedürfnisse der Gäste und der Anbieter:innen aufzufangen und den Alltagsbetrieb zu erhalten. Die Front (Tages- und Abendbetrieb zusammengenommen) nimmt Reservationen, Eventanfragen oder Fundsachen entgegen, weiss, wo sich Geldautomat und WCs befinden und ist erste Anlaufstelle für Gäste, Mieter:innen, Standbetreiber:innen und solche, die es werden möchten. Sie bearbeitet die Posteingänge und kann auch bei kleineren Notfällen helfen.

Auch Teil der Front ist die HausBAR, die ein gastronomisches Angebot innerhalb der Markthalle bildet. Die HausBAR führt ein kleines aber feines Getränkesortiment. Sie legt Wert darauf, Produkte aus der Region und kleineren Betrieben anzubieten und setzt wo immer möglich auf Fair Trade.

Seit Ende 2018 können ausserdem Armutsbetroffene an der HausBAR einen "Café Surprise" trinken, sprich kostenlos einen Kaffee geniessen und somit Teil des gesellschaftlichen Lebens bleiben. Dies ist dank zahlreicher Gäste, welche die Kaffees spenden, möglich.

An der Front arbeiten zwölf Personen in unterschiedlichen Pensen, teils im Stundenlohn und teils als Zusatzbereich nebst einer anderen Hauptaufgabe. Zum Beispiel ist im Rahmen eines Praktikums in der Regel ein Tag pro Woche für einen Fronteinsatz vorgesehen, um das Lernspektrum im Praktikum zu erweitern.



Die Frontschichten sind je nach Wochentag und Uhrzeit mit einer, zwei oder drei Personen besetzt. Im 2021 kamen nebst der regulären Aufgaben zahlreiche coronabezogene Tasks hinzu. Insbesondere die Umsetzung der Zertifikatspflicht nahm einen guten Teil der Schichten in Anspruch. Sei es in Form der Planung, wie dies in der Markthalle umgesetzt werden kann, oder ganz konkret im Überprüfen der Covid-19-Zertifikate und im Verteilen der Armbänder. In reinen Take Away-Zeiten lief auch die Front-Betreuung kurzarbeitsbedingt auf Sparflamme und war statt in Gastgeber:innenrolle eher eine Hallenbewachung.

Vor der Pandemie wurde bereits ein Grundstein gelegt, die Tages- und Nachtbetreuung grundsätzlich neu aufzubauen. Anstelle einer Aufteilung auf wechselnde Personen waren wir bestrebt, eine oder zwei Personen als Hauptverantwortliche und -anwesende aufzubauen. Als die Massnahmen wieder lockerer wurden, konnte dies umgesetzt werden. Seit August 2021 besteht neu die Stelle der Front-Leitung. Diese umfasst 180 Stellenprozent, auf zwei Personen verteilt.

Die Front-Leitung übernimmt nebst Tages- oder Abendschichten auch administrative Aufgaben der Koordination, Einsatzplanung sowie die Klärung von Schnittstellen zu anderen internen Arbeitsbereichen. Weiterhin ist sie für das Barsortiment, Getränkebestellungen und vieles mehr zuständig.







# Partnerschaften

Uns liegt es am Herzen, unsere Ziele gemeinsam mit anderen zu verfolgen und Synergien zu schaffen, indem wir mit Partner:innen zusammen spannen. So engagiert sich die Markthallen AG Basel in verschiedenen Netzwerken - teilweise auch in Vorständen, Steuerungsgruppen oder anderen Gremien.

So sind wir mit dabei beim Lebensmittelnetzwerk Basel, bei der IG Ernährungsforum Basel, bei Genuss aus Stadt und Land, bei der Genusswoche Basel und der Schweizer Genusswoche, bei Stadt Konzept Basel (ehemals Pro Innerstadt), beim Verein Soziale Ökonomie, beim Weltacker, bei United Against Waste oder bei den Basler Märkten. Wir arbeiten mit Basel Tourismus, Schweiz Tourismus, dem Bürgerspital Basel, Velogourmet, unserer Vermieterin Edith Maryon AG, unseren Veranstaltungspartner:innen, Untermietparteien und unseren Nachbar:innen im gesamten Markthallenkomplex sehr gerne und gut zusammen. Mit dem Wirteverband BS, Kultur & Gastronomie und Kulturstadt Jetzt war die Zusammenarbeit in der Krise besonders wichtig. Auch mit den Behörden und der Politik haben wir einen regelmässigen sehr konstruktiven Austausch gepflegt.

## AUSTAUSCH MIT KLARA

Die Markthallen AG Basel ist seit Beginn mit dem Betrieb der Klara 13 AG (Clarastrasse 13 im Kleinbasel) verbunden und mit einem Aktienpaket finanziell beteiligt und Einsitz im Verwaltungsrat. In der Pandemie wurde der Austausch auf Betriebsebene intensiviert, um Synergien zu entdecken und zu nutzen. Ende August war unser Betriebsteam bei der KLARA zu Gast. Einer Führung hinter die Kulissen folgte ein lockerer Apéro, um sich gegenseitig kennenzulernen. Anfang November war daraufhin das Team der KLARA bei uns zum Gegenbesuch.

Durch die ähnlichen Konzepte und Partner:innen der beiden Betriebe war es spannend zu sehen, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede es in Bezug auf die Betriebskoordination und -organisation gibt und wie wir gegenseitig voneinander lernen und Best Practices austauschen können.



# Organisation & Personelles

Für die rund 50-köpfige Belegschaft der Markthallen AG Basel startete das Jahr 2021 inmitten des zweiten Lockdowns. Dies bedeutete für die meisten von uns Kurzarbeit oder Arbeiten aus dem Home Office, es sei denn, der Betrieb benötigte den Einsatz vor Ort. Mit der Öffnung der Aussenplätze im April und des Innenbereiches Ende Mai konnte der Betrieb langsam wieder Fahrt aufnehmen und die Mitarbeitenden somit sukzessive aus der Kurzarbeit zurückkehren.

Den Umgang mit den immer wieder wechselnden Massnahmen zur Pandemiebekämpfung hatten wir inzwischen einstudiert. Die Abläufe liefen spürbar besser geölt. Das 2020 ins Leben gerufene hochtaktige Austauschgefäss bildete auch 2021 einen wichtigen Kommunikationskanal, in welchem alle Bereiche tagesaktuell vernetzt wurden, mit dem Ziel, rasch reagieren zu können. Die Pandemie, die vielen Ausfälle, die Schutzmassnahmen, die vielen Verschiebungen, die planerischen und finanziellen Unsicherheiten stellten auch über das vergangene Jahr hinweg hohe Anforderungen an den gesamten Betrieb - und natürlich auch an unsere - glücklicherweise meist verständnisvollen - Gäste.

Wir gaben unser Bestes, die jeweils geltenden Pandemiebestimmungen sinnvoll auf unseren Marktbetrieb zu übersetzen.

Trotz aller Herausforderungen konnten wir interne Arbeitsprozesse sowie Abteilungsprofile weiter schärfen. So haben wir im Laufe des Jahres unseren Bereich Front (siehe auch Kapitel Front) personell verstärkt, um auf die verschiedenen Herausforderungen, darunter zeitweise auch die Zertifikatskontrollen, besser einzugehen. Ebenfalls haben wir die räumlichen Verhältnisse, die Infrastruktur sowie die Abläufe in unserer Abwaschküche weiter optimiert. Den 2020 begonnenen Prozess zur Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen haben wir 2021 - pandemiebedingt teilweise schleichend - fortgesetzt und werden diesen 2022 abschliessen.



# ORGANIGRAMM

Im 2021 beschäftigte die Markthallen AG Basel 49 Personen in unterschiedlichen Teilzeitpensen. Das Gesamttotal der Stunden entspricht 24 Vollzeitstellen. Rund 1.8 davon sind Praktikumsstellen. Die meisten Arbeitsstunden entfallen auf die Abwaschküche, Reinigung sowie Auf- und Abbauten des Mobiliars. Weitere Arbeitsbereiche sind die Betreuung der Mieterschaft und der Kundschaft, die Organisation der Märkte und Veranstaltungen, Technik, Kommunikation, Personal, Finanzen und Administration. Viele davon wurden im 2021 als Kurzarbeit abgerechnet.

Dazu kommt der 35 Personen fassende Mitarbeiter:innenpool für Service-Einsätze an privaten Veranstaltungen und Caterings, welcher aufgrund der Pandemie ebenfalls viele Stunden in Kurzarbeit statt im Gastro-Einsatz verbringen musste.

Einen ersten Schritt in unserem Prozess der Organisationsentwicklung vollzogen wir im Juni 2021. Der Verwaltungsrat beschloss im Zusammenspiel mit der Geschäftsleitung, die beiden Gremien zusammenzuführen und die operative Leitung in die Hände des gesamten Verwaltungsrates zu legen. Zudem konnten wir mit Matthias Stettler ein neues Mitglied für dieses Gremium gewinnen. Er ist ein ausgewiesener Finanzexperte.



# GUT UNTERSTÜTZT

Dank eines soliden Sommers - das schlechte Wetter sorgte für Gäste unter der Kuppel -, kreativen Initiativen und Projekten in der Krise, Take Away, Heimlieferung, Onlineangeboten und corona-konformem Marktprogramm, dank grossartigen Mieter:innen und Mitarbeitenden und einem starken Zusammenhalt, dank der griffigen Unterstützungsmassnahmen des Kantons und des Bundes, dank einem Beitrag der Christoph Merian Stiftung und insbesondere dank viel Goodwill der Hauseigentümerin Edith Maryon AG ist es gelungen, die Lebensadern der Markthalle pulsierend zu halten.

Ganz besonders hervorheben möchten wir die Zusammenarbeit mit unserer Hauseigentümerin Edith Maryon AG. In intensiven Verhandlungen ist es gelungen, einen langfristigen Mietvertrag auszuhandeln. Dieser konnte in einem feierlichen Akt Ende Juni 2021 unterzeichnet werden. Wir danken allen Beteiligten auf seiten der Edith Maryon AG sowie der Stiftung Edith Maryon in hohem Masse für diesen grossen Schritt.

## ÜBERBLICK ÜBER DIE ZUM TRAGEN GEKOMMENEN UNTERSTÜTZUNGSMASSNAHMEN

- REDUKTION MIETE UND NEBENKOSTEN UND UNTERSTÜTZUNG BEI DER FINANZIERUNG DER LÜFTUNG DURCH DIE EIGENTÜMERIN EDITH MARYON AG
- COVID-19-KREDIT DER POSTFINANCE (MIT SOLIDARBÜRGSCHAFT DURCH DEN BUND)
- ERWERBSERSATZENTSCHÄDIGUNG DURCH DIE AUSGLEICHSKASSE GASTROSOCIAL FÜR DIE MITARBEITENDEN GESCHÄFTSFÜHRER:INNEN
- KURZARBEITSENTSCHÄDIGUNG FÜR DIE MITARBEITENDEN DER MARKTHALLEN AG BASEL
- DREIDRITTEL-RETTUNGSPAKET I + II (MIETZINSHILFE FÜR GESCHÄFTE) DURCH DEN KANTON BASEL-STADT
- COVID-19-UNTERSTÜTZUNG HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS (HGT) DURCH DEN KANTON BASEL-STADT (HÄRTEFALLENTSCHÄDIGUNG)
- COVID-19 BÜRGSCHAFTEN FÜR KMU DURCH DEN KANTON BASEL-STADT (BASLER KANTONALBANK)
- SOFORTHILFE CORONA-PANDEMIE DURCH DIE CHRISTOPH MERIAN STIFTUNG

Die Markthallen AG Basel ist seit Mitte 2013 Mieterin der Kuppel Ebene und koordiniert das Gesamtgeschehen: Sitzbereiche und Räume, Veranstaltungen, die HausBAR, die Geschirrwassstrasse und die Reinigung. Stände, Foodtrucks, Läden, Produktionsräume und die übrigen Bars werden in Untermiete von Partner:innen der Markthallen AG Basel betrieben. Fast alle von ihnen haben eigenes Personal im Einsatz. Viele unserer Mieter:innen konnten ihrerseits ebenfalls von Unterstützungsmassnahmen profitieren.





Zweifelsfrei, der Blick nach vorne ist geprägt von der Hoffnung, dass auf die beiden von starken Einschränkungen geprägten Jahre ein Zeit folgt, die das Leben unter der Kuppel nachhaltig zum Erblühen bringt.

Zwei grössere Vorhaben, die das Folgejahr prägen werden, sind die geplante Lancierung eines wöchentlichen Feierabendmarktes sowie die Öffnung des Aktionariats über eine Aktienkapitalerhöhung.

Seit 1929 ist die Markthalle Drehscheibe der regionalen Lebensmittelversorgung. Seit unserem Start 2013 standen Frischwaren, Nachhaltigkeit und Genuss auf dem Plan. Die Markthalle soll wieder eine Markthalle werden - dieses Ziel verfolgen wir seit Jahren beharrlich. Die Fülle des Frischwarenangebotes und der Märkte konnten wir schrittweise ausbauen, doch ein zweiter Wochenmarkt, idealerweise abends, der die ganze Palette an regionalen Lebensmitteln feil bietet, blieb lange nur auf der Wunschliste.

Dank «Genuss aus Stadt & Land», einem regionalen Förderprogramm des Bundesamtes für Landwirtschaft (PRE), wird sich die Markthalle diesen Wunsch 2022 erfüllen können:

Ein neuer Feierabendmarkt startet im April und feiert die Vielfalt regionaler Produkte und Spezialitäten jeden Donnerstag von 16 – 20 Uhr. Er soll Einkaufen mit Feierabend, Apéro und Ausgang verbinden und das Bewusstsein für lokale und saisonale Produktion fördern.

Mit der geplanten Öffnung des Aktionariats via eine Aktienkapitalerhöhung soll die Mitmachkampagne, welche bereits vor acht Jahren als Startschuss das Projekt Markthalle in eine richtige Richtung lenkte, logisch fortgesetzt werden. Die Inklusion, ein wichtiger Pfeiler unseres Leitbildes, soll künftig auf die finanzielle Teilhabe ausgeweitet werden. Es soll den Partner:innen, Gästen und Freund:innen der Markthalle möglich sein, Aktien zu zeichnen und auch auf diesem Wege mit zu bestimmen. Die Kapitalerhöhung unseres gut aufgestellten Unternehmens soll uns zudem ermöglichen, attraktive Projekte einfacher zu realisieren, die sich in der Pipeline befinden. Darunter allem voran die Erschliessung der Boxendächer zwecks Erhöhung der Sitzplatzzahl.



# BEHIND THE SCENES - LÜFTUNGSEINBAU







# Anhang

## ÖFFENTLICHE ANLÄSSE 2021

SAMSTAGSMARKT	JEDEN SAMSTAG.	ROOKLING KONZERT	20.8.
FREQUENZART RESIDENCY	5.2.-14.2.	IRISH SESSION	25.8.
PFLANZMARKTHALLE	24.4.	MUSIC MEET UP	29.8.
HALLENFLOHMARKT	25.4.	IRISH SESSION	1.9.
SCHWEIZER WEINTAGE	6.5. & 7.5.	NACHTFLOHMARKT INKL.	4.9.
PURE HEAVY PLATTENBÖRSE	29.5.	KLEIDERFLOHMI	
KOSMETIKA SELBER HERSTELLEN - SHAMPOO	4.6.	SAMSTAGSFLOHMARKT	4.9.
BASLER WYMÄRT	10.6.-12.6.	SONNTAGSFLOHMARKT	5.9.
EM-ÜBERTRAGUNG	11.6.-11.7.	INFOMESSE FÜR ELTERN MIT KLEINDKINDERN	11.9.
SOS MEDITERRANEE AUSSTELLUNG	12.6.-28.6.	KERAMIKMARKT	12.9.
OLIVENÖL-SPEZIALMARKT	12.6.	OPENING BAFF FIGURENTHEATER	15.9.
KOSMETIKA SELBER HERSTELLEN - SHAMPOO	18.6.	IRISH SESSION	15.9.
STUBETE	20.6.	VIDEOAUSSTELLUNG FOOD#2	16.9.
SWISS MARKET PLACE W/ S'ECHO VO	24.6.	VIDEOCITY	
DR FELDBERGSTROOSS & FALTER		SP-FRAUEN PODIUMSDISKUSSION	17.9.
MAROKKANISCHER KOCHKURS - ZITRONEN-POULET	25.6.	GENUSSFESTIVAL IN DER MARKTHALLE	18.9.
CHOCOLARTE FOTOAUSSTELLUNG	25.6.-10.7.	FIGURENTHEATER INSTALLATION	20.9.
CHIRSI-TAG	26.6.	SPENDENPARLAMENT	22.9.
MARKTHALL - OFFENES SINGEN	26.6.	PODIUMSDISKUSSION GGG BENEVOL	23.9.
SWISS MARKET SESSION	1.7.	AUTUMN SESSION	24.9.
MAROKKANISCHER KOCHKURS TAJINES	2.7.	MARKTPLATZ 55+	25.9.
IRISH SESSION	14.7.	MARKTHALL - OFFENES SINGEN	26.9.
MUSIC MEET UP	18.7.	IRISH SESSION	29.9.
IRISH SESSION	28.7.	SWISS MARKET PLACE W/ Sulp & Olk	30.9.
IRISH SESSION	18.8.	HALLENFLOHMARKT	2.10.
		NACHTFLOHMARKT INKL. VINYL	2.10.
		ITA WEGMAN STAND	2.10..



HALLENFLOHMARKT	3.10.	PROCAP REFERATABEND	17.11.
MAROKKANISCHER KOCHKURS - POULET	7.10.	CRESCENDA	19.11.
KLEIDERFLOHMI NR.2	9.10.	SLOW FOOD MARKT	20.11.
IRISH SESSION	13.10.	MUSIC MEETUP	21.11.
AUTUMN SESSION	15.10.	DIALOG IM QUARTIER	23.11.
MUSIC MEETUP	17.10.	IRISH SESSION	24.11.
WELTERNÄHRUNGSTAG	18.10.	VIETNAMESISCHER KOCHKURS	25.11.
BÜRGERINNENRAT FÜR ERNÄHRUNG	19.10.	BIER BASEL	26.11.
AUTUMN SESSION	22.10.	MARKTHALL - OFFENES SINGEN	28.11.
SAMSTAGSMARKT	23.10.	KOCHEVENT JEFFREY CHAO	3.12.
ÖPFEL-TAG	23.10.	NACHTFLOHMARKT INKL.	4.12.
MARKTHALL - OFFENES SINGEN	24.10.	MUSIKFLOHMARKT	
KREATIVMARKT & MATERIALBÖRSE	24.10.	FINE FOOD MARKT	4.12.
DIALOG IM QUARTIER	26.10.	HALLENFLOHMARKT	4.12.
BASLER WYMÄRT HERBST EDITION	28.10.-30.10.	BUCHVERNISSAGE BALTHASAR	4.12.
SWISS MARKET PLACE W/ LÄNDLERORCHESTER 2020	3.11.	STREIFF	
MAROKKANISCHER KOCHKURS - VEGI	4.11.	SONNTAGSFLOHMARKT	5.12.
AUTUMN SESSION	5.11.	DIALOG IM QUARTIER	7.12.
GESPRÄCH MIT DAVI KOPENAWA	5.11.	IRISH SESSION	8.12.
KOSMETIKA SELBER HERSTELLEN	5.11.	MARKTHALL - OFFENES SINGEN	19.12.
HALLENFLOHMARKT	6.11.	MUSIC MEETUP	19.12.
NACHTFLOHMARKT INKL. RETROBÖRSE	6.11.	IRISH SESSION	22.12.
HALLENFLOHMARKT	7.11.	LAST MINUTE WEIHNACHTSMARKT	23.12.
IRISH SESSION	10.11.		
DIALOG IM QUARTIER	10.11.		
4 THE KULTUR	13.11.		



# **MEDIENBERICHTE 2021**

## **(AUSZUG)**

L'ALSACE & DNA, 2.2.

**DAS WOHNZIMMER BASELS**

ZENTRALPLUS, 9.2.

**KÜNSTLER GEHEN FREIWILLIG IN QUARANTÄNE -  
UND WOLLEN MIT DIR TELEFONIEREN**

ARTTV/ ARTTV.CH, 8.2.

**KOMPAGNIE TROTTVOIR - BITTE ANRUFEN!**

SCHWEIZ TOURISMUS, 6.5.

**BASEL-GROSSE ARCHITEKTUR AUF KLEINEM RAUM**

BLICK.CH, 10.5.

**DIE 9 SCHÖNSTEN FLOHMÄRKTE FÜR VINTAGE-  
SHOPPING**

BASLER ZEITUNG, 1.6.

**DIE INNENBEREICHE BLEIBEN PRAKTISCH LEER**

TELEBASEL, 7.6.

**SO GEHT PUBLIC VIEWING IN ZEITEN VON CORONA**

BASLER ZEITUNG, 16.6.

**DRUCK AUS DEUTSCHLAND**

RADIO BASILISK, 17.6

**INTERVIEW MIT ALEX DILL**

SRF REGIONALJOURNAL, 23.7

**WENIGER ESSENSGERÜCHE IN DER MARKTHALLE**

TELEBASEL, 30.7.

**DIE MARKTHALLE WILL DEN KÜCHENGERUCH  
WEGPUSTEN**

RHEINTALER.CH, 17.8.

**AUSFLUGTIPP BASEL: EINE STADT VOLLER  
GESCHICHTE UND KUNST**

NATIONAL GEOGRAPHIC, 30.8.

**THE INSIDE GUIDE TO BASEL, SWITZERLAND'S  
CULTURAL POWERHOUS**

OPEN JAW CANADA, 31.08.

**OPEN JAW IN SWITZERLAND ON AIR CANADA RACE  
2021**

REISACHTIG.COM, 31.08.

**WAAROM BAZEL MET KINDEREN BEZOEKEN? 13  
TIPS**

BAJOUR, 2.9.21, UPDATE 13.9.

**"WIR WOLLEN IN DER GASTRO NICHT POLIZEI  
SPIELEN"**

TELEBASEL, 6.9.

**MIT DEM ZERTIFIKAT IN DIE BEIZ: VIELE OFFENE  
FRAGEN ZUR UMSETZUNG**

TRAVELCOURIER.CA, 10.9.

**BASEL BOUND**



SRF SCHWEIZ AKTUELL, 13.9.  
**ERSTER TAG ZERTIFIKATSPFLICHT IN BASEL**

BZ BASEL, 15.9.  
**GRÖSSTER KASPAR DER WELT ERÖFFNET FESTIVAL**

TELEBASEL, 16.9.  
**SO FUNKTIONIERT DAS COVID-ZERTIFIKAT IN  
SELBSTBEDIENUNGSRESTAURANTS**

NY TIMES, 21.09.  
**BEYOND THE ART FAIR, THINGS TO DO WHILE  
VISITING BASEL**

HOCHRHEIN-ZEITUNG, 24.11.  
**BIER BASEL, DIE BASLER CRAFT BIER MESSE**

20MIN.CH, 1.12.  
**AUF EINE TOUR DURCH KLEINBASEL MIT LEA UND  
LEON VON DER BÄCKEREI KULT**

BASEL AUS 2. HAND (REINHARD VERLAG)  
2021  
**BROCKENHÄUSER, FLOHMÄRKTE, ANTIQUARIATE  
UND BOUTIQUEN IN UND UM BASEL**

365 TAGE BASEL (CM-VERLAG)  
2021  
**EINTRÄGE VOM 28. MAI, 20. SEPTEMBER, 15.  
OKTOBER**





