

# **AESCHENPLATZ 6**

## **NUTZUNGSKONZEPT**

### **PUBLIKUMSANGEBOTE**

Beilage zum Richtprojekt  
Juli 2024



## Impressum

### **Auftraggeberin**

Steiner AG  
Real Estate Development  
Hagenholzstrasse 56  
CH-8050 Zürich

Stephan Dau  
stephan.dau@steiner.ch  
Telefon +41 52 267 68 59

### **Auftragnehmerin**

Cabane Partner – Urbane Strategien & Entwicklung GmbH  
Philippe Cabane  
Markgräflerstrasse 34  
CH-4057 Basel  
Tel. +41 79 263 90 29  
www.urbanestrategien.com  
Philippe Cabane: cabane@urbanestrategien.com  
Sarah Zussy: zussy@urbanestrategien.com

Basel, 5. August 2024

# INHALT

1. AUSGANGSLAGE UND AUFTRAG
2. STANDORT AESCHENPLATZ UND DAS EHEMALIGE UBS-GEBÄUDE
3. POSITIONIERUNG
4. NUTZUNGSDISPOSITION DER PUBLIKUMSNUTZUNGEN
5. EMPFEHLUNGEN FÜR DAS WEITERE VORGEHEN

## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFTRAG

Das Gebäude der ehemaligen UBS am Aeschenplatz soll zu einem multifunktionalen Stadtbaustein mit Wohnen, Dienstleistungen und Freizeitnutzungen entwickelt werden. Das Nutzungskonzept aus dem Wettbewerbsergebnis bot eine erste Orientierung, doch es fehlte noch an präziseren Vorgaben sowohl für das Gesamtprofil des Gebäudes als auch für die spezifischen Nutzungen der Sockel- und Untergeschosse.

Zur Klärung der erforderlichen Präzisierungen wird von Weissgrund Kommunikation ein Mitwirkungsprozess durchgeführt. In einer Begleitgruppe mit Interessenvertretern und innovativen Akteuren konnte ein erstes Bild für das Haus am Aeschenplatz 6 gezeichnet und in einer öffentlichen Veranstaltung gespiegelt werden.

Cabane Partner, vertreten durch Philippe Cabane wurde beauftragt, das Kommunikationsbüro Weissgrund bei der Partizipation und Kommunikation beratend zu unterstützen. Zudem soll die ersten Ergebnissen der Mitwirkung in ein stufengerechtes Nutzungskonzept überführt und als begleitendes Dokument zum Vorprojekt verfasst werden.

Grundsätzlich stellte sich dabei die methodische Herausforderung, dass sich die Nachfragen nach gewerblichen Nutzflächen äusserst dynamisch ändern. Deshalb wäre eine präzise Festlegung der Angebote am Aeschenplatz zum jetzigen Zeitpunkt verfrüht. Als Synthese der Absichten der Grundeigentümerin und den verschiedenen Beteiligten konnte jedoch eine erste Positionierung für die Publikumsnutzungen und Qualitätsziele formuliert werden, an der sich die Weiterentwicklung und spätere Vermarktung orientieren kann. Die Ergebnisse der Mitwirkung sind im vorliegenden Bericht selektiv in Bezug auf die Positionierung mit Publikumsnutzungen abgebildet. Das Zwischenergebnis der Mitwirkung ist in einem gesonderten Dokument von Weissgrund Kommunikation zusammengefasst.

Das vorliegenden Nutzungskonzept für die Publikumsangebote in den Erd- und Untergeschossen gibt entsprechend einen Zwischenstand der bereits gemachten fachlichen Überlegungen unter Einbezug der Anliegen der Begleitgruppe und der breiteren Öffentlichkeit wider. Es gibt nur die wesentlichen Stossrichtungen zur öffentlichen Positionierung, zu den Nutzungsschwerpunkten und zu den Qualitätszielen vor. Sie sollen im Rahmen der kommenden Projektierungs-, Realisierungs- und Vermarktungsphase zusammen mit der Begleitgruppe weiter gespiegelt und geschärft werden.

## 2. STANDORT AESCHENPLATZ UND DAS EHEMALIGE UBS-GEBÄUDE

### Der Aeschenplatz – ein Tor zur Stadt und Bindeglied in die Region

Historisch ist der Aeschenplatz vergleichbar mit anderen Torsituationen zur Basler Innenstadt. Wo im Mittelalter entlang der Stadtmauern noch die Stadttore die Zugänge zur Stadt markierten, waren mit dem Schleifen der Mauern neue Plätze entlang des Rings entstanden. Bis heute nehmen diese die Rolle von Transiträumen zwischen Innenstadt und Aussenquartieren ein. Ähnlich wie die Heuwaage oder der Bahnhofplatz hat der Aeschenplatz bis heute die Bedeutung einer Verkehrsdrehscheibe und Transitraums zur Innenstadt beibehalten.



Aeschenplatz um 1908. Quelle: <https://wp.tram-bus-basel.ch>

### Das ehemalige UBS-Gebäude und der Aeschenplatz 6 - eine Chance für den Ort und die Stadt

Im Laufe des 20. Jahrhunderts haben sich hier vor allem Bankdienstleistungen und Versicherungen angesiedelt, deren Grossbauten den Ort bis in die heutigen Tage prägen. Dazu gehört auch das ehemalige UBS-Gebäude aus den 1980er Jahren, dessen einzig die Arkaden und der Hammering Man begrenzt dazu beigetragen haben, etwas Öffentlichkeit herzustellen.

Auch in Zukunft wird der Aeschenplatz von der Ambivalenz geprägt sein, dass er zum Einen für ein regionales Publikum hervorragend erreichbar und sichtbar ist, zum anderen aber die Rolle eines Durchgangs- und Umsteigerraums einnimmt und damit die Ansiedlung von typischen innenstädtischen Angeboten erschwert. Mit der bevorstehenden Transformation des ehemaligen UBS-Gebäudes bietet sich die Chance, diesen Rücken zum Aeschenplatz durch neue Angebote attraktiver zu gestalten. Dank der Durchmischung von Wohnen, Dienstleistungen und Freizeitnutzungen wandelt sich auch die Bedeutung des Hauses. Das einst monofunktionale Bankgebäude soll zu einem lebendigen Stadtbaustein transformiert werden, der über den Aeschenplatz hinaus auf die Stadt Basel und die Region ausstrahlt.

### 3. POSITIONIERUNG

#### Generelle Positionierung

Mit der Umnutzung und Aufstockung des ehemaligen UBS-Gebäudes soll das Gebäude von einem monofunktionalen Bankdienstleistungsgebäude zu einem multifunktionalen Stadtbaustein mit Wohnen und Arbeiten, Freizeit- und anderen publikumsorientierten Angeboten transformiert werden.

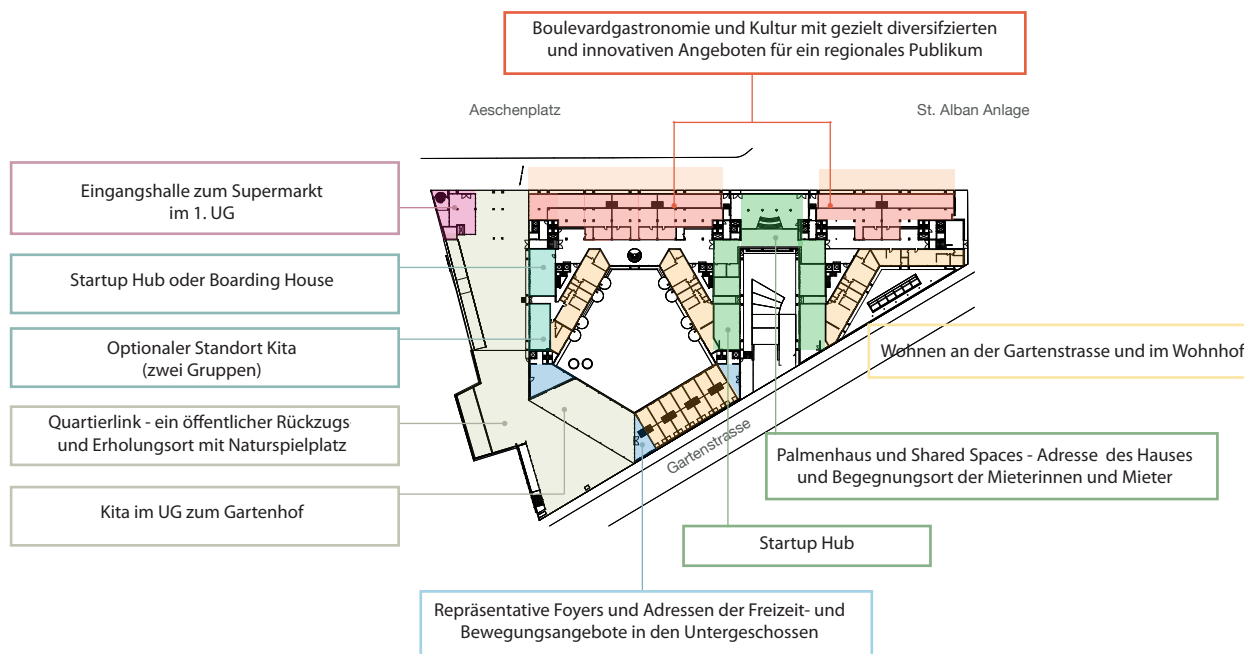
Durch eine gezielte Entwicklung des Angebots in den Sockel- und Untergeschosse soll dem Gebäude eine unverwechselbare Identität und regionale Anziehungskraft verliehen werden. Die Angebote in den Räumen und Vorzonen zum Aeschenplatz hin sollen den Ort am Tag bis in die Abendstunden beleben. Die rückwärtigen Bereiche im Quartierlink zur Gartenstrasse dienen eher dem Rückzug vom hektischen Alltag und sollen vorwiegend tagsüber aktiv sein.

#### Drei Angebotscluster

Inhaltlich soll sich das Gebäude durch den Fokus auf drei Angebotscluster am Aeschenplatz positionieren:

1. «Kultur&Gastronomie» soll die Flanke und Vorzonen zum Aeschenplatz hin beleben und dem Haus eine starke öffentliche Ausstrahlung verleihen.
2. «Sport, Bewegung und Freizeit» sollen das Umfeld des Quartierlinks zur Gartenstrasse prägen. Der Ort soll mehr Ruhe ausstrahlen und Rückzugsmöglichkeiten anbieten. Die tagsüber genutzt und von den Nutzern der Sport-Spiel- und Bewegungsanlagen im Untergrund geprägt sein.
3. Ein dritter, inhaltlich zum jetzigen Zeitpunkt noch schwer greifbarer Nutzungscluster kann im Segment von «neuem Stadtgewerbe und Stadtdienstleistungen» angesiedelt werden. Dieses betrifft vor allem Gewerbeflächen in den Untergeschossen mit normaler Raumhöhe und direktem Zugang zum Parking. Hier könnten Angebote entstehen, für die der Standort logistisch optimal ist. Da sie nur wenig Einfluss auf das öffentliche Profil des Gebäudes haben und angesichts der aktuellen Entwicklungsdynamik auch sehr schwer bestimmbar sind, werden sie hier noch nicht näher differenziert. Es wird jedoch empfohlen, Nutzungen zu favorisieren, von denen Synergien mit den anderen Angeboten im Haus wahrscheinlich sind.

## 4. NUTZUNGSDISPOSITION DER PUBLIKUMSNUTZUNGEN



### Ein lebendige Front zum Aeschenplatz mit vielseitiger und innovativer Boulevardgastronomie

Die Front zum Aeschenplatz soll durch Boulevardgastronomie und möglichst auch kulturell geprägte Aktivitäten belebt werden. Die räumlichen Voraussetzungen für Gastronomie sind günstig: Flächen für Aussenbestuhlung sind vorhanden und der Raum lässt sich sehr gut auch in sehr kleine Einheiten unterteilen. Das öffentlich zugängliche Palmenhaus in der Mitte wird als sichtbares Foyer und Hauptadresse für alle Nutzerinnen und Nutzer des Gebäudes dienen.

Die Ansiedlung von Gastronomie am Standort Aeschenplatz ist eine Herausforderung und mit zahlreichen Risiken verbunden. Eine unmittelbare Nachfrage nach Gastronomie aus dem unmittelbaren Umfeld konnte nur beschränkt nachgewiesen werden. Der Ort sollte deshalb angebotsorientiert, d.h. durch die gezielte Wahl von Anbietern eine eigene Anziehungskraft auf ein regionales Umfeld ausüben.

Durch die gezielte Ansiedlung zahlreicher, sehr unterschiedlich geprägter und auch niederschwelliger Angebote könnte hier ein Cluster von Cafés, Restaurants, Take-Aways oder Bars dafür sorgen, dass das Haus zu einem «Place to Go» mit regionaler Ausstrahlung wird. Mit Öffnungszeiten bis in die Abendstunden könnte hier ein Treffpunkt entstehen, an dem sich die Arbeitsbevölkerung tagsüber zum Businessgespräch bei Kaffee, Lunch oder einer Zwischenmahlzeit trifft. Am frühen Abend trifft sich die arbeitende Bevölkerung zum Afterwork in der Abendsonne. Etwas später verwandelt sich der Ort in einen Sammelpunkt für ein regionales ausgehpublikum, das sich anschliessend ins nächtliche Treiben der Innenstadt begibt.

Wichtiger Erfolgsfaktor ist die Etablierung eines klaren Profils mit ebenso klarer Stossrichtung, wie dies das Beispiel der Markthalle zeigt. Die sorgfältige Auswahl von Gastronominnen und Gastronomen mit erfolgversprechenden und zukunftsweisenden Konzepten ist ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg.

Auf welche Profile und welche Segmente die Gastronomie genauer abzielen soll, muss im Verlaufe der weiteren Planungs- und Realisierungszeit in Zusammenarbeit mit der Begleitgruppe und unter Einbezug von innovativen Gastronominnen und Gastronomen noch präzisiert werden.

### **Ein Supermarkt bringt Publikumsfrequenz**

Adressiert über ein Foyer am Aeschenplatz und Rolltreppe zu den Verkaufsflächen im Untergeschoss soll ein kleinerer bis mittlerer Supermarkt mit 1000 bis 1500 m<sup>2</sup> im für zusätzliche Kundenfrequenz bis in den frühen Abend sorgen.

### **Ein grüner und schattiger Rückzugsort im Quartierlink zur Gartenstrasse**

Im öffentlich geprägten neuen Freiraum zwischen Aeschenplatz und Gartenstrasse entsteht ein von Bäumen beschatteter Freiraum als Rückzugsort für die Wohn- und Arbeitsbevölkerung aus der Umgebung. Aufenthaltsmöglichkeiten ohne Konsumzwang erlauben es den Menschen, sich von der Hektik des Aeschenplatzes zurückzuziehen und in Ruhe eine Pause zu machen. Auch die ältere Generation findet hier einen Platz, wo sie den spielenden Kindern zuschauen kann. Wer sich hier niederschwellig verpflegen möchte, kann sein Bedürfnis an einer der Cafébars in und um die Foyers decken. Von dort aus sind die Freizeitangebote in den Untergeschossen zugänglich.

### **Indoor Sport- und/oder Spielwelt mit klar adressierten Foyers beim Quartierlink**

Die hofseitigen Untergeschosse weisen gute Raumhöhen und Stützenraster für verschiedene Indoor-Freizeitaktivitäten auf. Das Potenzial für vielseitige Angebote wie Kletter- und Boulderhallen, Indoorspielplätze, Squash und anderes mehr ist vorhanden und soll entsprechend genutzt werden. Entscheidend für alle Untergrundangebote ist eine auf der Stadtebene sichtbare Firmenpräsenz in Form von Foyers (evtl. kombiniert mit Tagesgastronomie). Im rückseitigen Bereich des Gebäudes sollen drei dieser Foyers mit attraktiven lichtdurchfluteten Abgängen geschaffen werden. Dies ermöglicht eine flexible und bedarfsgerechte Disposition der Untergeschossflächen.

### **Eine Kindertagesstätte für Familien aus dem Haus und der Nachbarschaft**

Für Familien vorwiegend im Haus und dem nächsten Umfeld ist eine Kita mit mindestens zwei Gruppen vorgesehen. In Abhängigkeit der betrieblichen Erfordernissen einer Kita, wird der genaue Standort in den zukünftigen Planungsphasen verifiziert.

### **Shared Spaces für die Nachbarschaft im Haus**

Für die Menschen im Haus sind nutzungsneutrale Räume vorgesehen, die später bedürfnisgerecht genutzt

werden könnten. Das sind: das Palmenhaus als repräsentatives Foyer des ganzen Hauses und im rückwärtigen Bereich sind dies Sitzungsräume für Workshops sowie Räume, die nach Bedarf der zukünftigen Bewohnerinnen und Bewohner programmiert und bespielt werden können.

### **Option Studiokino für freie Filmproduktionen und Produktionsräume**

Eine konkretes Projekt (Anfrage vorhanden) für ein kleines Studiokino für Nischenprodukte mit Produktionsräumen könnte die bereits heute im Untergeschoss angesiedelte Filmproduktion sehr gut ergänzen. Auch wenn Kinos heute in der Krise sind, fehlt es an Orten, wo Dokumentarfilme und Nischenprodukte aufgeführt werden können. In Basel wurde dieses Segment ursprünglich von den Studiokinos Atelier und Camera abgedeckt, doch haben sich diese vermehrt auf das Marktsegment der so genannten Blockbuster-Produktionen konzentriert, so dass es heute kaum mehr Orte für Nischenproduktionen gibt. Der Standort am Aeschenplatz wäre ideal und eine willkommene kulturelle Ergänzung zur Boulevardgastronomie am Aeschenplatz.

## 5. EMPFEHLUNGEN FÜR DAS WEITERE VORGEHEN

Aufgrund der heute noch zahlreichen Unsicherheiten in den Entwicklungen des Marktes für die Nutzungssegmente Gastronomie und Indoor-Bewegungsangeboten sollte eine Strategie gewählt werden, die ein hohes Mass an Flexibilität und Reaktivität auf sich verändernde Marktlagen zulässt. Um jedoch das erwünschte Nutzungsprofil zu erreichen, darf nicht einfach zugewartet und dann auf den Markt reagiert werden. Auch unter schwierigen Nachfragebedingungen können Nutzungssegmente erfolgreich sein, wenn diese innovativ genug sind, die Schwächen der Branche zu erkennen und diesbezüglich erfolgreiche Strategien entwickeln. Für die kommenden fünf Jahre bis zur Fertigstellung des Gebäudes sind folgende Massnahmen nötig.

### Massnahmen im Rahmen des Bauprojekts

Um die angedachten Nutzungen zu ermöglichen, sind im Rahmen des Bauprojekts folgende Massnahmen zu prüfen und nach Bedarf die nötigen Vorkehrungen zu treffen.

- Für die Erschliessung der Untergeschosse im Bereich Quartierlink sind möglichst zahlreiche «Foyers» mit Treppenabgängen vorzusehen. Dies ermöglicht eine hohe Flexibilität bei den Mietflächen im Untergeschoss und jede Mietpartei kann sich durch ein eigenes Foyer nach aussen präsentieren.
- Technische Anforderungen (z.B. Brandschutz, Lüftung) sind hinsichtlich der gesuchten Nutzungscluster zu prüfen und allenfalls die nötigen Vorkehrungen zu treffen, dass diese möglich werden.
- Prüfung der Machbarkeit eines zusätzlichen, vom Aeschenplatz her adressiertes und für kulturelle Nutzungen geeignetes Untergeschoss (Technikraum).

### Weitere Kooperation mit der Begleitgruppe und Aufbau eines Netzwerks von innovativen Akteuren in den gesuchten Nutzungssegmenten

Die Begleitgruppe sollte weiterhin in den Prozess mit einbezogen werden und im Sinne eines Beirats weiterhin in den Nutzungsentwicklungsprozess einbezogen werden. Das Einbetten von weiteren Akteuren mit fundierter praktischer Erfahrung ermöglicht den Aufbau von Wissen und einem Netzwerks von innovativen Akteuren. Das hat den Vorteil, dass im Rahmen der späteren Vermarktung gezielt auf diese zurückgegriffen werden kann.

### Qualitätsziele und Handlungsrahmen für die Phase der Vermarktung

Beim jetzigen Stand der Planung können folgende, noch offen formulierte Qualitätsziele festgehalten werden.

- Die Angebote der Cluster Gastronomie, Freizeit und neues urbanes Gewerbe sollen in ihrer Zusammensetzung und Zusammenspiel eine unverwechselbare Identität schaffen, die für Basel neu ist und auf ein regionales Publikum abzielt, das eine urban geprägte Atmosphäre sucht.
- Grundsätzlich gilt, dass eine Vielzahl von kleineren Anbietern besser zu bewerten ist. Dies kann sowohl durch ein grösseres Angebot an kleineren Mietflächen als auch durch einen intermediäre Generalmieter einer zusammenhängenden Einheit erfolgen.
- Die Zusammensetzung der gastronomischen und gegebenenfalls auch kulturellen Angebote zum Aeschenplatz hin sollten sorgfältig orchestriert werden, wobei die Zusammensetzung von Aspekten

wie Vielfalt, Preissegmente, Angeboten, Charakter, Zukunftsfähigkeit und Öffnungszeiten berücksichtigt werden.

- Die Freizeitnutzungen sollten sich mehr auf die Bereiche Spiel, Bewegung und Gesundheit konzentrieren und ein diversifiziertes Angebot für unterschiedliche Zielgruppen bieten.
- Für den Cluster neues Stadtgewerbe wären Segmente zu favorisieren, von denen Synergien mit den anderen Angeboten ausgehen (z.B. Indoor-Farming und Produktionsküchen beliefern die Gastronomiebetriebe mit «Hausgemachtem»)
- Durch ein Angebot von Freiräumen ohne Konsumzwang soll der öffentliche Charakter des Ortes betont werden.

Es wird empfohlen, diese im Verlaufe der weiteren Vertiefungen mit der Begleitgruppe zu schärfen, um klare Rahmenbedingungen für die spätere Vermarktung zu schaffen.

