

Er trifft den Nerv des Quartiers

Niklaus Fäh hat den Allschwilerplatz mit seinem Bioladen und noch mehr Ideen wachgeküsst. Sein neuestes Projekt: ein Stadtgarten.

Andreas W. Schmid

Ziemlich genau zwei Jahre ist es her, dass Niklaus Fäh nach Hause zurückkehrte und zu seiner Freundin sagte: «Ich mache einen Früchte- und Gemüseladen auf.» Fäh war zwar immer wieder für Überraschungen gut, aber diese Idee erreichte doch eine neue Dimension. Der ausgebildete Betriebswirt war bisher vor allem im Uhrenbusiness tätig gewesen. Für die Olympischen Sommerspiele 2000 in Sydney arbeitete er – «ein Highlight» – im Swatch-Projektteam mit, das für die Zeitmessung zuständig war.

Derzeit ist er in einem Teilzeitpensum Licensing Manager bei der Swiss Time Fashion GmbH, die ebenfalls Uhren herstellt und vertreibt. Eine Zeit lang war er beim Basler Unternehmen Weitnauer für den Einkauf exklusiver Produkte zuständig, da gab es Tage, an denen er 10 000 Swatch-Uhren bestellte; im Jahr kamen so schnell einmal zwei Millionen Uhren zusammen. «Und nun musste ich mir plötzlich Gedanken darüber machen, ob ich für 300 Franken Salat und Gemüse einkaufen soll oder nicht.»

Regio-Frischladen mutiert zum Treffpunkt

Fäh war die Idee auf einem der Bauernhöfe in der Region gekommen, die er regelmässig besuchte, um tagesfrisches Gemüse einzukaufen. Wegen Corona war er damals auf Kurzarbeit gesetzt. Zugleich absolvierte er eine Weiterbildung für Fussreflexzonen-Massage. «Eine gesunde Ernährung spielt dabei eine wichtige Rolle», weiss Fäh, «sie ist die beste Medizin.»

Warum diese nährwertreichen Frischprodukte nicht ebenso anderen Menschen in der Stadt anbieten, sagte er sich. Die passende Lokalität hatte er auch schon im Auge: Der Kiosk an der

«Bis jetzt war der Ort nur eine stillgelegte, leblose Strasse. Nun lädt er die Menschen zum Verweilen ein.»

Niklaus Fäh
Stadtplaner

Tramhaltestelle Allschwilerplatz war seit geraumer Zeit verwaist. Er, der ganz in der Nähe ebenfalls im Gotthelfquartier wohnt, setzte sich mit den BVB in Verbindung. Schnell einigte man sich, dass man einen Probelauf von drei Wochen wagen wollte. «Bald war klar, dass ich nicht mehr zu machen konnte.»

Mit dem Regio-Frischladen, wie er ihn nennt, hat der 57-jährige den Nerv der Quartierbevölkerung getroffen. Er ist mehr als bloss eine Verkaufsstelle, nämlich ein Treffpunkt, bei dem man sich an der Theke gegenseitig über das Befinden austauscht oder über das aktuelle Warenangebot unterhält. Das Publikum ist dankbar und treu, weshalb er längst die Vorlieben vieler seiner Kundinnen und Kunden kennt, etwa jene der 96-Jährigen, die gerne Suppe kauft – ausser wenn er Minestrone zubereitet hat, denn Teigwaren gehörten nicht in eine Suppe und püriert dürfe sie auch nicht sein.

Niklaus Fäh spricht von «Seelennahrung», die diese Begegnungen für ihn bedeuten würden. Mit seinen zwei Teilzeitjobs ist er mehr als ausgelastet, «ich habe weniger Zeit als früher, bin aber zufriedener.»



Niklaus Fäh in seinem «Stadtgarten» am Allschwilerplatz.

Bild: Juri Junkov (25.6.2022)

Der Laden mag zwar finanziell nicht viel abwerfen, «denn die Margen sind klein». Zudem müssen die beiden Angestellten bezahlt werden, die er neu für je einen Tag in der Woche eingestellt hat. Aber was die Kundenfrequenz anbelangt, sieht er sich auf gutem Weg.

Manchmal rufen ihm sogar Passagiere aus dem Tram zu,

«dass er doch bitte zwei Kilo Buttenmost auf die Seite legen soll, sie kämen es nachher in einer Stunde abholen. «Wichtig ist, dass wir uns immer wieder neu erfinden und weiterhin auf uns aufmerksam machen», so sein Credo. Dafür nutzt er sein Netzwerk, das stetig wächst, und verbindet «Bio, Gemüse und Kultur» miteinander. Am Quartier-

fest veranstaltete er auf Anregung einer Kundin einen Witzabend beim Kiosk. «Ich hatte keine Ahnung, wie viele kommen würden. Zeitweise waren es dreissig Leute, die ihre Witze erzählten oder zuhörten.» Auf alle Fälle wurde es lustig. Witzig auch die Idee mit dem «Gedicht der Woche», das auf der Seite des Kiosks in einem

goldenen Rahmen prangt und das ihm eine Kundin, eine Literaturwissenschaftlerin, frei Haus liefert. «Es flog ein Spatz spazieren, hinaus aus grosser Stadt», dichtete dort letztthin der deutsche Komiker Heinz Erhardt, «er hatte all die Menschen und ihr Getue satt.»

Bewilligung gilt noch bis Ende Jahr

Bei Niklaus Fäh ist das Gegenteil der Fall. Er will die Menschen zusammenbringen. Deshalb auch sein neuestes Projekt, das er und seine Helfer am Wochenende in Fronarbeit realisiert haben. Eigentlich hatte er an ein Boulevardcafé mitten auf dem Allschwilerplatz gedacht. Doch die Behörden legten ihr Veto ein, weil man dafür die Tramgleise überschreiten müsste, wenn man sich am Kiosk sein Getränk holt. Nun ist es halt ein Stadtgarten geworden, 30 Quadratmeter gross, mit zwei Buchen und zwei Eichen aus dem Allschwilerwald, sonstigen Pflanzen und ein paar Sitzplätzen. «Bis jetzt war der Ort nur eine stillgelegte, leblose Strasse. Nun lädt er die Menschen zum Verweilen ein.» Für das Projekt holte er einen Dachbegrüner, einen Gartendekorateur und Steinhauer sowie einen IT-Fachmann ins Boot und nutzte so einmal mehr «die vielen Talente, die es in einem Quartier gibt».

Bis Ende Dezember 2022 ist der Stadtgarten bewilligt. Der Kiosk wiederum ist noch zwei Jahre gesichert, spätestens 2025 soll der Allschwilerplatz grossflächig umgebaut und neu gestaltet werden. Dann wird auch das Tramhäuschen mitsamt dem Kiosk abgerissen. Niklaus Fäh ist aber zuversichtlich, dass es auch für seinen Hofladen eine Lösung gibt. «Irgendein Plätzchen wird sich schon für uns finden lassen.» An Ideen, davon kann man ausgehen, wird es ihm auch dann nicht fehlen.

Frauen in Orange stürmten Basel

Am Samstag wurde der erste Pop-in-the-City-Event in einer Deutschschweizer Stadt durchgeführt.

Aimee Baumgartner und
Elodie Kolb

Das letzte Mal war die Stadt so orange, als die Niederlande in Basel an der Fussball-Europameisterschaft 2008 gegen die Schweiz spielten. Am Samstag waren allerdings keine 180 000 Oranje-Fans in der Stadt unterwegs, sondern über 600 Frauen, die in ihren grellen T-Shirts Basel einen orangenen Anstrich gaben. Sie alle nahmen am ersten Pop-in-the-City-Event in einer Deutschschweizer Stadt teil.

Das Wettbewerbskonzept kommt aus Frankreich und richtet sich an Frauen, insbesondere an Touristinnen. Die Idee dahinter ist es, eine Stadt durch bis zu 30 Challenges kennen zu lernen. Was genau ansteht, erfahren die Teilnehmenden erst, wenn sie vor Ort sind. Um 8 Uhr trafen

sich die Teilnehmerinnen auf dem Münsterplatz – darunter auch zwei bz-Redaktorinnen. Statt genauer Ortsangaben für die Challenges mussten Rätsel gelöst werden – die alle auf Französisch formuliert waren, auf Anfrage gab es eine englische Version.

Spontanität und Mut waren gefragt

Ein übersetztes Beispiel: «Die erste Komponente ist der französische Name für die Deutschschweiz. Die zweite ist das deutsche Wort für das, was Deutschland und Frankreich von der Schweiz trennt. Zwischen diesen beiden ist der Ort, in dem der König lebte.» Gesucht war der Wartekurm, der sich am Burgweg zwischen der Alemanengasse und der Grenzacherstrasse befindet. Was vor Ort je-

weils auf die Teilnehmerinnen wartete, war eine Überraschung. Wer nicht schwindelfrei ist, kam bei der Challenge der Kategorie «Extreme» beim Wartekurm an seine Grenzen: Denn hier konnte man sich mehrere Meter

vom Turm abseilen. Die Challenges waren vielfältig: vom Rheinschwimmen – wahlweise mit Meerjungfrauenflosse – über Piccolospielen und Trommeln bis zum Spritzen auf einer Dachterrasse in Birsfelden. Aber auch

ein Baseldeutsch-Kurs, Fechten oder gar ein Akt-Shooting.

Neben sportlichen, künstlerischen und kulturellen Aufgaben konnten die Teilnehmerinnen in der letzten Kategorie auch ihre Solidarität unter Beweis stellen: etwa beim Korbfechten bei der Stiftung Blindenheim.

Sämtliche Challenges innert der vorgegebenen acht Stunden zu absolvieren, war aber schier unmöglich – insbesondere wegen der weiten Strecken zwischen den Aufgaben und Wartezeiten, die immer wieder anfielen. Das Gewinnerteam hat 17 Challenges absolviert. Erfahrung zahlte sich beim Event aus: Viele Teams gingen strategisch vor und konnten eindeutig von den Erfahrungen früherer Pop-in-the-City-Anlässe in anderen Städten profitieren. Das zeigte sich auch an den Outfits: Einige

hatten sich gar Tutus passend zum orangenen T-Shirt gebastelt.

Das Konzept ermöglicht eine unterhaltsame, wenn auch anstrengende Art und Weise, eine Stadt zu entdecken. Obschon die Schnitzeljagd durch viele unterschiedliche Ecken der Stadt bis in die Agglomeration reichte – dabei waren Verkehrsmittel auf Rädern oder Schienen von Vorteil –, lernte man nicht alle Facetten der Stadt kennen, wie etwa den Zolli, die Fähren oder den Vogel Gryff. Dasselbe gilt für kulinarische Spezialitäten wie Lächerli oder die Mehlsuppe.

Das macht auch deutlich, dass sich das Pop in the City an Touristinnen richtet und weniger an Einheimische. Dies bestätigen auch die vielen fragenden Blicke der Baslerinnen und Basler auf die gehetzten Frauen in den orangenen T-Shirts.



Der Event am Samstag war ausverkauft. Bild: Juri Junkov (25. Juni 2022)