

# Ein Bijou erweitert das Portfolio

Mit dem «Märthof» hat die Coop-Tochter Bâle Hotels ihr fünftes Hotel eröffnet. Es hebt sich nicht nur äusserlich deutlich ab von den bisherigen Häusern.



Die hochwertigen Zimmer im Boutique-Hotel Märthof kommen in den Farbtönen Grün, Gelb und Lila daher.

Bild: zvg

Fünf Tage vor der Eröffnung war die htr hotel revue vor Ort. Im Hotel Märthof am Basler Marktplatz herrscht emsiges Treiben – in der Lobby, im Treppenhaus, in den Gängen. Überall werkeln Handwerker, bohren, schrauben, schliessen Kabel an. In der halb offenen Küche kocht die Küchenbrigade Probe, während im Untergeschoss ausgepackte Fitnessgeräte geputzt und oben in den Zimmern die Minibars aufgefüllt werden. «Wir haben noch alle Hände voll zu tun, werden am 28. Juli aber wie geplant eröffnen», freut sich Martin von Bertrab, CEO von Bâle Hotels.

## **Coop-Immobilien wurden zu Hotels umgebaut**

Seit Anfang 2020 leitet von Bertrab die Hotelgruppe, die eine Division der Coop-Genossenschaft ist. «Auf mein Karriereende hin bin ich wieder zu meinen Wurzeln zurückgekehrt», sagt der 58-Jährige und schmunzelt. Der einstige EHL-Abgänger stieg 1997 ins Personalwesen bei Coop ein, im gleichen Jahr, als die Hotelgruppe gegründet wurde: Zunächst wurden die 4-Sterne-Häuser Pullmann und Victoria zu Bâle Hotels vereinigt. Später kam das 3-Sterne-Hotel Baslertor in Muttenz hinzu. «Die Hotelgruppe ist eher zufällig entstanden», weiss von Bertrab. Die damalige Coop-Genossenschaft Basel hatte Immobilien, die teilweise zu Hotels umgebaut wurden. 2017 stiess das Berner 4-Sterne-Hotel Savoy zur Gruppe, das sich ebenfalls in einer Coop-Immobilie befindet. Und das jüngste Mitglied ist eben der «Märthof», ein Boutique-Hotel mit vier Sternen.

Als gemeinsamen Nenner hebt Martin von Bertrab die zentralen Standorte hervor, jeder Betrieb ist modern und gut ausgestattet und bietet ein «faires Preis-Leistungs-Verhältnis». Auf der Gästefeedback-Plattform «Trust you» erkennt man, dass die Hotelgruppe ihre Gastgeberrolle ernst nimmt. Alle 4-Sterne-Häuser haben ein «ausgezeichnet», das «Baslertor» ein «sehr gut». «Wir sind ehrgeizig und wollen unseren Gästen das bestmögliche Erlebnis bieten», sagt der Hotelier. Deshalb werde auch jede Rückmeldung umgehend beantwortet und so der Kundenkontakt gepflegt.

Bislang setzte Bâle Hotels hauptsächlich auf Businesskunden und profitierte von guten Partnerschaften mit den ansässigen internationalen Unternehmen. «Zum einen war das MICE-Geschäft sehr wichtig, zum anderen logierten einzelne Businessgäste sogar bis zu einem halben Jahr bei uns.» Mit dem stylischen Hotel Märthof ändert sich das. Er soll kulturaffine Städtereisende von nah und fern anziehen, eine Diversifizierung, die der Hotelgruppe sehr gelegen kommt. Die Corona-Pandemie führte 2020 zu einem Umsatzeinbruch von 67 Prozent. «Wie in ganz Basel», betont der Chef. Das Jahr ohne Art Basel, Basler Fasnacht, Tattoo, Swiss Indoors – Anlässe, die jeweils sämtliche Hotelbetten füllen – hat tiefrote Zahlen hinterlassen. Ebenso wie die vielen Monate ohne Messen und Kongresse.

*«Einzelne Businessgäste logierten bis zu einem halben Jahr in unseren Hotels.»*  
Martin von Bertrab, CEO Bâle Hotels

«Geschäftsreisende waren unser Kerngeschäft und machten rund 60 Prozent unserer Kundschaft aus. Künftig möchten wir aber noch stärker den Leisure-Gast ansprechen.» Aktiv expandieren will die Hotelgruppe nicht, interessante Möglichkeiten werde sie jedoch immer prüfen – in Absprache mit Coop. Interessant heisst: Das Haus steht an bester Lage, kann mit mindestens 60 Zimmern rentabel betrieben werden und passt gut ins Portfolio der Gruppe. «Am liebsten in der Region Basel, denn hier sind wir verankert und können Synergien nutzen.» Ein Hotel auf dem Land oder in den Bergen kann sich von Bertrab ebenso wenig vorstellen wie einen Betrieb in den stark umkämpften Märkten Zürich und Luzern. Lausanne hingegen schliesst er nicht aus, da Coop im waadtländischen Jongny bereits ein Tagungszentrum betreibt.

## **Ein starker Partner und wertvolle Synergien**

Der langjährige Coop-Mitarbeiter sieht nur Vorteile darin, als Hotelgruppe zur Detailhändlerin zu gehören. «Ein starker Partner im Rücken gibt Sicherheit, macht effizienter und wettbewerbsfähiger.» Synergien gibt es etwa beim Einkauf von Wasch-, Reinigungs- und Lebensmitteln. «Bei der Coop-Tochter Transgourmet und bei Bell beziehen wir den grössten Teil unserer Nahrungsmittel.» Auch profitiert Bâle Hotels von den Bereichen Informatik, Human Resources, Finanzen oder Kommunikation von Coop sowie von den Seminaren in den Hotels, die interne Kunden bringen.

Stolz berichtet der Geschäftsführer, dass es trotz schwierigem Pandemiejahr keine einzige Kündigung bei den 245 Mitarbeitenden von Bâle Hotels gab. «Bis zu 60 Personen brachten wir in unseren Supermärkten unter, andere hatten Kurzarbeit.» Besonders wertvoll sei zudem die «Coopzeitung», die mehr als drei Millionen Leser erreicht und immer mal wieder über das neue Boutique-Hotel berichtet. Dass der «Märthof» zu Coop gehöre, wolle man weder verschweigen noch an die grosse Glocke hängen. «Wir sind ein eigenständiges Unternehmen wie die anderen Divisionen der Gruppe.»

Raphael Wyniger, Präsident von HotellerieSuisse Basel, findet nur lobende Worte. «Martin von Bertrab ist ein sehr fähiger Mann, der sich stark für die Destination einsetzt. Überhaupt ist die Gruppe mit ihren wertigen Häusern ein Gewinn für Basel und bringt mit dem Hotel Märthof ein richtiges Bijou auf den Markt.»

---

## **Zum Hotel Boutique-Hotel Märthof**

Das neue 4-Sterne-Hotel ist in einem historischen Gebäude mit Neubarock-Fassade aus dem Jahr 1894 untergebracht. «Die Zusammenarbeit mit dem Denkmalschutz war sehr kooperativ», lobt Martin von Bertrab, CEO von Bâle Hotels. Das Haus hat 68 Zimmer, verteilt auf fünf Etagen. Jedes Zimmer ist hochwertig ausgestattet und verfügt über einen Eichenholzboden, eine Regendusche im Badezimmer, frei stehende Waschschränke und unterschiedliche Designerlampen als Eyecatcher. Die hohen Räume verleihen ein grosszügiges Raumgefühl, wiederkehrende Materialien sind Holz, Glas, Stein und Messing, dezent ergänzt mit Textilien, Tapeten oder Reliefs. Das günstigste Zimmer gibts ab 200 Franken, die Marktplatz-Juniorsuite mit frei stehender Badewanne und Sicht auf den Marktplatz ab 370 Franken. «Wir haben acht solcher Suiten und für die Zeit während der Basler Fasnacht bereits Anfragen für die nächsten paar Jahre», sagt von Bertrab. Im Untergeschoss finden die Gäste einen Fitness- und Wellnessbereich - «klein, aber fein». Der «Märthof» spricht vor allem private Städtereisende an, bietet aber auch einen Bankettraum für 40 Personen mit Zugang zur Dachterrasse. Letztere steht auch den Hotelgästen offen.

[IMG 6] Im Erdgeschoss befindet sich das Restaurant Bohemia, thematisch angelehnt an die Bohème-Zeit der 30er-Jahre in Paris. Auffällig sind die lange Cocktailbar, die halb offene Küche mit Holzkohlegrill sowie die Sofabank für 40 Personen. Hinter dem Loungebereich gibt es zwei abtrennbare Gesellschaftsräume. «Wir haben uns bewusst gegen ein typisches Hotelrestaurant entschieden und sind eine Kooperation mit dem Zürcher Traditionslokal Bohemia eingegangen», sagt von Bertrab. Zu den kulinarischen Highlights gehören Fleisch-, Fisch- und Gemüsespezialitäten vom Grill und am Wochenende ein ausgiebiger Brunch. Ziel des Restaurants mit Boulevardterrasse ist es, das Treiben vom Markt ins Hotel zu bringen und - ganz im Stil der Bohème - ein Treffpunkt für Gäste und Einheimische zu werden. Direktor des «Märthof» ist der 30-jährige Álvaro Ferrandis, der stellvertretender F&B Manager im «Bellevue Palace» in Bern war.

[hotel-maerthof-basel.com \(https://www.hotel-maerthof-basel.ch/de.html\)](https://www.hotel-maerthof-basel.ch/de.html)



Natalia Godglück

Publiziert am Dienstag, 03. August 2021