

Zeitschrift: Rheinfelder Neujahrsblätter
Herausgeber: Rheinfelder Neujahrsblatt-Kommission
Band: 75 (2019)

Artikel: 125 Jahre Tourismus Rheinfelden : vom Verschönerungs- und Kurverein zum Tourismus
Autor: Conrad, Robi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-894681>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

125 Jahre Tourismus Rheinfelden

Vom Verschönerungs- und Kurverein zum Tourismus

Robi Conrad

Auf den 23. Februar 1893, also in die Blütezeit der Belle-Époque, fällt die Gründung des «Verschönerungs- und Kurvereins Rheinfelden». Die Gründer setzten sich damals doch tatsächlich in ein bereits «gemachtes Nest» – denn der Sole-Badekur-Tourismus existierte in Rheinfelden schon seit über 40 Jahren und stand für eine absolute Pionierrolle in Europa.

Über die Gründe, weshalb man solange auf diese Gründung wartete, kann man nur spekulieren – vielleicht war man sich dieser Vorreiter-Rolle noch gar nicht wirklich bewusst, war unsicher und wollte ganz sicher sein, dass diese plötzliche Berühmtheit Rheinfeldens nicht nur eine «Eintagesfliege» sei. Aber nach bald 50 Jahren Erfolgsgeschichte konnte man doch davon ausgehen, dass es sich um eine eindeutige «Mehrjahresfliege» handelte. Man eröffnete also den «Laden» erst, als die Kunden schon längst in ihm drin standen.



In den Hotels von Rheinfelden kurten bereits die Reichen und Adligen aus beinahe ganz Europa – sogar bei der russischen Zarenfamilie war Rheinfelden sehr beliebt. Die Speisekarten in den noblen Hotels waren bis zu Beginn des 1. Weltkrieges nur in Französisch und Russisch geschrieben. Der Höhepunkt bildete die Französische Ostbahn, die Retour-Fahrkarten Paris – Rheinfelden – Paris anbot.

So lag es dann auch auf der Hand, dass der Verschönerungs- und Kurverein Rheinfelden sein Büro neben dem Kurbrunnen Gebäude eröffnete, dort, wo sich die Haute-Volée täglich zum Lustwandeln und zur gepflegten Konversation unter Seinesgleichen traf.

Doch dies änderte jäh; mit Beginn des Ersten Weltkrieges 1914; die Reiserei in Europa wurde schwierig bis unmöglich, und so mussten sich die Tourismus-Förderer den neuen Umständen anpassen und dafür sorgen, dass Rheinfelden nicht in den Sumpf des Vergessens geriet. Aus diesem Grund beteiligte man sich mit Anteilscheinen an der Finanzierung des neuen Schiffs «Rheinfelden», das Gäste in den 20er Jahren von Basel nach Rheinfelden bringen sollte. Aber auch nach dem Kriegsende war die gloriose Zeit der Bade-Kuren in Solewasser langsam aber sicher vorbei und wurde zu einem «Auslaufmodell». Die Tourismus-Verantwortlichen waren gezwungen umzudenken; man begann sich auf die vielen schönen Seiten der Zähringer Altstadt zu besinnen und versuchte mit einem neuen Fokus auf Rheinfelden als Kongress- und Ausflugstadt wieder Gäste zu gewinnen.





Inzwischen wurde der Verschönerungs- und Kurverein in «Kur- und Verkehrsverein» umbenannt. In den 50er Jahren reklamierte die Bevölkerung, dass das Büro des Kur- und Verkehrsvereins vom Kurbrunnenareal in die Altstadt verlegt werden sollte – dorthin, wo sich nun das Leben abspielte. Und so wurde das Büro an den Zähringerplatz verlegt, was damals sicherlich ein konsequenter und richtiger Schritt war, denn die neuen Gäste Rheinfeldens kamen nicht mehr zur Trinkhalle um Wasser zu trinken – sondern eher um die beliebten Rheinfelder Biere in den entsprechenden Lokalen der Altstadt zu genießen. Das Budget des Vereines war damals sehr überschaubar – Werbung und Marketing konnten mit den zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln nur in homöopathischer Dosierung eingesetzt werden. Eine weitere Konsequenz des Geldmangels, es fehlte auch an Effizienz und Professionalität – Es ergab sich ab und zu, dass man vor verschlossenen Türen des Tourismus-Büros stand, selbst während den auf dem polierten Messingschild angegebenen Öffnungszeiten.

Aber allmählich besann sich das neu «Tourismus Verein Rheinfeldens» genannte Büro auch auf die aussergewöhnliche(n) Geschichte(n) Rheinfeldens, seine wunderschöne Lage am Rhein und die intakte Altstadt. So entstanden in den 60er Jahren die ersten Stadtführungen,



damals mit dem Schwerpunkt «Fricktaler Museum». Die Führungen waren meist sehr «akademisch und ziemlich trocken»... erzählen Zeitzeugen.

In den späten 60er Jahren begann die 1968 neu gegründete Basler Personenschiffahrts-Gesellschaft, jeweils ab den Frühlingsmonaten bis in den Herbst, regelmässige Kursfahrten zwischen Basel und Rheinfelden anzubieten. Die attraktive Schleusenfahrt brachte je länger je mehr Touristen aus Basel in unser Rheinfelden.

Und dann wurde anfangs der 70er Jahre mit einem sehr mutigen Schritt in eine neue Badezukunft das Kurzentrum, das heutige sole uno, geplant und gebaut. Das Projekt stand aber unter keinem guten Stern, das Geld ging aus und der Konkurs drohte. Nur mit grosszügiger Unterstützung der involvierten Handwerksbetriebe und Banken konnte das Projekt schlussendlich gerettet und realisiert werden. Zusätzlich holte man ein Berater-Team von der Handelshochschule St. Gallen (HHS) nach Rheinfelden mit dem Ziel, das Projekt auf einen guten Weg in die Rentabilität zu bringen; einer dieser Berater war Dr. Thomas Kirchhofer, der heutige Mitinhaber und Verwaltungsratspräsident des gesamten Parkresorts Rheinfelden, inklusive des sole uno.

Nach der Eröffnung dieser Anlage entwickelte sich bald eine neue Art der Badekultur in Rheinfelden – und ab jetzt hiess diese nicht mehr «Kur» sondern «Wellness». Und wiederum, ähnlich wie in den

Gründerjahren des späten 19. Jahrhunderts, kamen die Touristen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert plötzlich wieder nach Rheinfelden und verhalfen dem Tourismus Rheinfeldens zu einem Wiederaufschwung. Heute werden die Bade- und Sauna- Welten von solo von rund 500'000 Menschen pro Jahr besucht. Auch das kleinere Bad des Hotels Eden erfreut sich grosser Beliebtheit. Zusätzlich haben wir mit unserer «Reha», die aus dem ursprünglichen «Armenbad» (heute Restaurant «Engel») des späten 19. Jahrhunderts hervorgegangen ist, ein Rehabilitations-Zentrum mit einem schweizweit erstklassigen Namen.

Mit diesem neuen und stark gewachsenen Zustrom an Touristen musste auch Tourismus Rheinfelden entsprechend mithalten und dies war bei allem Optimismus mit den bisherigen Budgets und Strukturen ein Ding der Unmöglichkeit.

So kam 2008 – also vor 10 Jahren – der grosse Schritt: die Stadt übernahm die Trägerschaft für den Tourismus Verein, die Mitarbeiter waren nun Angestellte der Stadt aber der Verein führte und führt seine Rechnung immer noch selbst. Mit dem Umzug in die neuen, attraktiven Räumlichkeiten im Erdgeschoss des Rathauses wurde die Büros von Tourismus Rheinfelden mit jenen des Stadtbüros kombiniert und so schuf man eine attraktive Anlaufstelle für Bürger und Touristen.

Damit ist man für die nächsten Jahre bestens gerüstet. Die hellen Schalter sind sehr einladend und es herrscht dort eine freundliche und kompetente Stimmung bei den Mitarbeitenden in der Beratung unserer Gäste, sei dies für Unterkünfte, Führungen, Seminarien oder Ausflüge in die Umgebung. So können dort heute die Gäste diverse «Pakete» (auch direkt auf der Homepage) buchen; diese beinhalten verschieden kombinierbare attraktive Angebote, von der Schleusen-Schiffahrt ab Basel nach Rheinfelden über Wellness-Angebote und Übernachtungen mit und ohne Mahlzeiten bis zu Stadtführungen jedwelcher Art (neuerdings durch die Gassen der Altstadt auch auf einem Segway oder per Stand Up Paddling auf dem Rhein).

Mit der Verleihung des Wakker-Preises im Jahr 2016 an Rheinfelden kamen natürlich weitere Herausforderungen auf das Team von Tourismus Rheinfelden zu – so hat durch die Preisverleihung der Bekanntheitsgrad Rheinfeldens stark zugenommen und parallel dazu auch die Besucherzahlen und Stadtführungen; gerade diese sind in den letzten Jahren zu einem wichtigen Bereich des Stadtmarketings geworden. Dann sind in den letzten Jahren noch zwei wichtige

Auszeichnungen/Zertifizierungen dazugekommen: Rheinfelden als Energiestadt und Wellness-Destination, was den Bekanntheitsgrad der Stadt natürlich noch weiter gefördert hat.

Man darf gespannt sein, wie es weiter gehen wird – mit dem aktuellen, professionell besetzten Vorstand mit Vertretern aus Stadt, Wirtschaft und Tourismus und dem hoch motivierten Team von Tourismus Rheinfelden unter der Leitung von Stéphanie Berthoud wird die Erfolgsgeschichte weitergehen – das ist sicher – denn das heutige Konzept greift!

Man ist gut vernetzt, nimmt an Tourismus-Messen teil und die angebotenen Themenführungen sind vielseitig und breit aufgestellt, werden immer wieder durch neue Themen den Kundenwünschen und dem Zeitgeist angepasst und ergänzt – was sogar bei der Schweizer Presse Anerkennung fand, und die generell in diversen Beiträgen Rheinfelden als äusserst attraktives und lohnenswertes Ausflugsziel bewertete, was auch nicht ohne Auswirkungen blieb.

Dass für ein erfolgreiches Marketing das Budget eine mitentscheidende Rolle spielt – das weiss man inzwischen auch im Rathaus und im Vorstand – und überschreitet deswegen in diesem Bereich auch mal ein Budget – so wie im Vor-Jubiläumjahr 2017 geschehen!

