

Objekttyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Schweizer Ingenieur und Architekt**

Band (Jahr): **117 (1999)**

Heft 48

PDF erstellt am: **14.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Stadtentwicklung? Stadtmarketing!

Am ersten Kiosk ist sie ausverkauft, schon um acht Uhr in der Früh. Bei der dritten Verkaufsstelle muss sich die Verkäuferin ins Lager bemühen. Viel Gold auf hellblauem Grund glänzt penetrant, aber anscheinend verkaufswirksam, von der Dezembernummer des Wirtschaftsmagazins. Nicht zu übersehen blendet in grossen Lettern der Schriftzug im düsterkalten Novembermorgengrau: «die 300 Reichsten». Da muss man einfach zugreifen und am Glanz teilhaben. Es geht um die wohlhabendsten Ansässigen des Landes, die auf satten 223 Seiten dargestellt werden. Knapp 40 % von ihnen, so entnehmen wir dem Blatt, besitzen keinen Schweizer Pass, aber zusammen 190 von rund 375 Mia. Franken Vermögen, die drei Reichsten der Reichen dafür stammen aus der Schweiz. Darunter die Familie Sacher/Oeri aus Basel. Es profitiert davon die Stadt Basel, und das nicht zu knapp. So sollen aus obgenannter Quelle «in den letzten Jahrzehnten einige Hundert Millionen Franken in das Kulturleben der Stadt geflossen sein»¹. Punktuell haben Familienmitglieder immer wieder grössere Beträge gesponsert oder Stiftungen damit betraut, etwa um weitere Museen zu bauen. Neu ist, dass vor allem Frauen, auch anderer Familien, die Stadt Basel in letzter Zeit sehr grosszügig bedachten. So entstand das Puppenhausmuseum, das Museum der Kulturen erhielt eine Tibetsammlung und das Kunstmuseum seinen Erweiterungsbau – ein Geschenk von Maja Oeri, die das an das Museum angrenzende Gebäude, eine «Fusionsleiche» der Banken, zu diesem Zweck kurzerhand aufkaufte. Sie ermöglichte auch über eine Stiftung die Planung eines Kunst-Depots, genannt Schaulager, das Kunstgegenstände des Museums für Gegenwartskunst aufbewahren wird und dereinst in einem halböffentlichen Betrieb Fachleuten, Künstlern und Studierenden zur Nutzung offen stehen soll. Eine Frauengruppe, deren Spenderinnen nicht namentlich auftreten, beteiligte sich finanziell und damit auch politisch massgeblich am Bau des neuen Schauspielhauses, das nun nach einem unlöblichen Umweg über einen misslungenen Wettbewerb in die doch etwas zu enge Baulücke des ehemaligen Ganthauses gequetscht wird. Weitere 25 Millionen einer Frau flossen soeben als Stiftung für Soziales und Kulturelles Basel zu. Anscheinend muss man diese Stadt ganz einfach unterstützen!

Auf Besucher und Bewohner wirkt Basel anscheinend dennoch etwas heruntergekommen: Leserbriefe outen die Stadt als absolut kinderfeindlich oder prophezeien ihr sich dereinst mit dem schmeichelhaften Titel «Europas Slumstadt Nummer 1» bezeichnen zu dürfen. Zigarettenstummel und Kaugummi allerorten, mehrjährige, zum Teil schlecht kommunizierte Grossbaustellen, schmutzig, lärmig und scheinbar flächendeckend, Verkehrsschilder ohne Ende und ähnliches mehr erwecken diesen Eindruck. Punktuelle Einsätze im Kulturbereich allein verbessern keine Stadtstruktur, denn nach dem Prinzip «Licht aus, Spot an» lässt sich keine Stadtentwicklung betreiben, dabei bleibt zu vieles im Dunkeln: ein durchgängiges, das heisst langjähriges und dann eben auch als solches erkennbares Beleuchtungskonzept, zum Beispiel. Die Musse zum liebevollen Detail kostet – die Stadt aber muss sparen: Pragmatismus kommt dann eben vor gestalterischen Überlegungen. Ein visionäres und starkes Stadtplanungskonzept sollte aber nicht darauf angewiesen sein, punktuellen Ereignissen hinterher zu galoppieren. Stadtmarketing heisst das neue Zauberwort in Basel. Stadtmarketing soll die Stadt als Produkt verkaufen und ist in Deutschland «ein weit verbreitetes Instrument, um dem Planungsnotstand im Innern zu begegnen», so die offizielle Broschüre². Hoffen wir es...

Alix Röttig

Anmerkung

¹Aus: Bilanz, Dezember 1999. Patrick Imper, Gerd Löhner: Die 300 reichsten Schweizer

²Aus: Stadtmarketing für Basel: Die ersten Schritte, 2. November 1999. Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt