

Agenda

Grosse Klappe und fast nichts dahinter

Von Roland Stark



Die sauertöpfische Art und Weise, mit der die bürgerlichen Parteien an der Finanzpolitik herummäkeln, lässt sich eigentlich nur mit nackter Verzweiflung erklären. Rationale Gründe sind mit dem besten Willen nicht zu erkennen. Der Bericht von Standard & Poor's kommt zu einem

eindeutigen Ergebnis: Als Stärken des Kantons Basel-Stadt lobt die renommierte Rating-Agentur, sozialistischer Verirrungen völlig unverdächtig, die ausgezeichnete Liquiditätslage und das solide Finanzmanagement. Positiv gewürdigt werden die vorsichtige Haushaltsplanung und die hohe Budgetdisziplin. Wegen der hervorragenden finanziellen und wirtschaftlichen Situation des Kantons und der guten Vorbereitung auf die Reform der Unternehmungsbesteuerung erhöht Standard & Poor's das Rating und bewertet die Schuldnerbonität neu mit der Bestnote AAA. Von den heute in der Schweiz direkt bewerteten Kantonen erreichen nur Zürich und Waadt die gleiche Beurteilung. Rot-grüne Misswirtschaft sähe, mit Verlaub gesagt, doch etwas anders aus.

Ausdruck der bürgerlichen Hilflosigkeit ist ihr Begehren, das zweckgebundene Betriebsergebnis im Budget 2019 auf dem Niveau des Budgets 2018 einzufrieren. Wegen nicht beeinflussbarer Mehrausgaben müssten deshalb rund 47 Millionen Franken eingespart werden. Eva Herzog, die strenge Hüterin des Kantonschatzes, weigert sich stur, aus Parlamentssicht nicht ganz unproblematisch, den Auftrag der Legislative zu vollziehen. Tatsache aber ist, dass ihre Regierungskollegen Conradin Cramer (LDP), Baschi Dürr (FDP) und Lukas Engelberger (CVP) aus eigener Erfahrung genau wissen, dass die Wünsche der Parteifreunde reine Schaumschlägerei sind – ohne jeden Bezug zur politischen Realität. Konsequenterweise haben sie ihrer Kollegin Eva Herzog auch keinerlei praktisch umsetzbare Sparvorschläge aus ihrem Herrschaftsgebiet vorgeschlagen.

Als Staatsbürger und Steuerzahler kann ich es deshalb nur begrüssen, dass FDP, LDP, CVP, GLP und SVP – endlich – eigene Sparmassnahmen erarbeitet haben, auch wenn diese nur einen winzigen Bruchteil dessen betragen, was sie einmal von der Regierung verlangt hatten. Armselige 2 Millionen haben die kreativen Sparfuchse zusammengekratzt. Kleinvieh macht auch Mist.

Am meisten überrascht und erfreut hat mich natürlich die Forderung, die «Kommunikationsstäbe» in den Departementen zu reduzieren, eine Idee, die ich selbst bereits vor rund dreissig (!) Jahren lanciert habe, die damals aber am Widerstand der bürgerlichen Mehrheit im Parlament scheiterte. Auch auf den Neujahrsapéro des Regierungsrates, ein weiterer spektakulärer Punkt auf der Sparliste, kann ich, da ohnehin wie die meisten Basler nie eingeladen, schmerzfrei verzichten. Wesentlich radikaler, und für die Bevölkerung in ihrem Alltag spürbarer, ist der Vorschlag, bei den Einwohnerdiensten im Spiegelhof drei Schalter abzubauen. Auch die Aufhebung der Kompostberatung bringt sicher ein paar Franken ins Kässeli.

Angesichts der Einnahmen von 4,2 Milliarden Franken und einem budgetierten Überschuss von 121 Millionen Franken machen sich die bürgerlichen Sparapostel mit dem mickrigen Sparpaket mehr als lächerlich. Fehlt nur noch der Antrag, die Zwischenräume bei den Fussgängerstreifen zu vergrössern, um gelbe Leuchtfarbe einzusparen. Kommt er vielleicht bei der Budgetsitzung im Dezember?

Schiblis Wahrheiten

Vergiftete Geschenke

Von Sigfried Schibli

Mit Riesenschritten rückt sie näher, die Weihnachtszeit, und damit die Zeit des Schenkens. Dieses gilt gemeinhin als uneigennützig, als freiwillige und freundliche Geste der reinen Menschlichkeit. Man braucht indes kein Zyniker zu sein, um zu erkennen, dass das bestenfalls die halbe Wahrheit ist. Wer schenkt, tut das selten ganz altruistisch, ganz ohne unbewusste oder bewusste Hintergedanken. Er will sich damit in aller Regel Sympathie, gar Freundschaft oder Treue erwerben, vielleicht dereinst einmal sogar ein Plätzchen im Himmel. Und gegen einen solchen Tauschhandel ist ja auch gar nichts einzuwenden.

Journalisten erhalten selten Geschenke, und das ist gut so, denn sie sollen unvoreingenommen und möglichst objektiv schreiben, was Sache ist. Allerdings wird das Gebot der Unabhängigkeit gelegentlich geritzt. Wer auf Einladung eines Reiseveranstalters eine teure Reise antritt und dafür nichts bezahlen muss, braucht viel Rückgrat, um danach einen Bericht zu verfassen, der nicht nur die Sonnenseiten des Reiselandes benennt. Und es muss nicht immer eine Reise ins Land der Träume sein. Manchmal gibt es auch kleinere Verlockungen, welche die Moral eines Journalisten auf die Probe stellen. Mein geschätzter früherer Chef Reinhardt Stumm hat einmal auf eine Einladung zu einem Essen, die ihm jemand aus der Kulturszene geschickt hatte, mit dem denkwürdigen Satz reagiert: «Ich glaube nicht, dass ich mir diese Einladung leisten kann.» Er drückte damit subtil aus: Ich habe sehr wohl verstanden, dass Sie eine publizistische Gegenleistung von mir erwarten, und darauf kann und will ich mich nicht einlassen.

Geschenke sind häufig mit einer Erwartung des Schenkenden gegenüber dem Beschenkten verbunden. Im schlimmsten Fall handelt es sich

um sogenannte Danaergeschenke, also solche, die sich als schädlich oder gar tödlich für den Beschenkten entpuppen – wie das Trojanische Pferd, das die Griechen (= Danaer) den Trojanern überliessen und das mit griechischen Kriegern bestückt war. Worauf der Priester Laokoon gesagt haben soll, er fürchte die Danaer auch dann, wenn sie Geschenke brächten.

Das ist ein Extremfall, aber kontaminiert sind Geschenke fast immer. In Zeiten des zunehmenden Versandhandels fällt mir auf, dass manche Firmen dem Besteller ein «Bhaltis» ins Paket legen, das dieser nicht bezahlen muss und möglicherweise gar nicht braucht. Wegen Kundenbindung und so. So bin ich, der nur selten etwas im Versandhandel ordert, schon zu zwei Gratis-Uhren gekommen, die jetzt irgendwo herumliegen, weil ich schon eine gut funktionierende, formschöne Armbanduhr besitze. Diese Billiguhren mit Leder-Imitation tragen klingende Namen, sind mit Herkunftsbezeichnungen wie «Paris» versehen und funktionieren, bis sie stehenbleiben und man sie entsorgen muss. Wirft man sie einfach in den Hausmüll, fügt man der Umwelt möglicherweise Schaden zu. Uhren als Wegwerfartikel für den Sondermüll, gehts noch? So gesehen sind das vergiftete Geschenke.

Ich weiss nicht, wie andere Leute auf solche ungebetenen Geschenke reagieren. Auf mich wirken sie eher kontraproduktiv, ich neige dazu, bei diesen Versandfirmen nichts mehr zu bestellen, weil mir Überraschungen dieser Art mehr Umtriebe als Freude bereiten und ich sie ökologisch problematisch finde. Man kann aber auch mit Humor Werbegeschenke verteilen. Als ich unlängst in der Apotheke meine Diabetes-Tabletten abholte, drückte mir der Apotheker zwei kleine Päckchen mit sogenannten Gummibärchen in die Hand. «Zuckerfrei», fügte er mit einem leicht verschmitzten Lächeln hinzu.

Die «Tonight Show»

Alle sind die Besten ausser einem



Vor über zehn Jahren war die traditionelle «Tonight Show», die grosse Spätabendsendung auf NBC, die einst vom legendären Talkmaster Johnny Carson zu einer Institution des amerikanischen Fernsehens gemacht worden war, auch bei uns zu sehen. Ich kann mich nicht

genau erinnern, wie das ging, aber es ging. Jedenfalls schaute ich in den Nuller-Jahren regelmässig die Sendung, die damals noch von Jay Leno moderiert wurde – das ist der mit dem mächtigen Kinn. Bis ich sie eines Tages nicht mehr fand. Seit ein paar Monaten ist sie wieder verfügbar und zwar bei MSNBC. Der Gastgeber heisst seit 2014 Jimmy Fallon. Und er hat auch durchgesetzt, dass nicht mehr aus den Studios in Burbank in Kalifornien übertragen wird, sondern aus dem Rockefeller Center mitten in Manhattan.

Fallon stammt aus Brooklyn. Er ist – wie Leno übrigens auch – von Haus aus ein Stand-up-Comedian, dass heisst, das Intro zu Beginn der Sendung, der traditionelle Monolog, geht ihm äusserst leicht von der Hand. Er kann das.

Seit der Wahl von Donald Trump widmet Fallon Abend für Abend den Einstieg in seine Sendung den neuesten Missetaten, Entgleisungen, Fehlritten, Peinlichkeiten und krassen Fehlentscheiden des 45. Präsidenten der Vereinigten Staaten. Auch ein spezielles Publikumsspiel hat er entwickelt: Die Zuschauer im Studio müssen raten, wie Donald Trump Wörter ausspricht, denn nicht selten bekundet «The Trump» tatsächlich

Probleme bei der korrekten Betonung, sodass man sich fragen könnte: Was ist eigentlich seine Muttersprache? (Doch wir wollen hier keinesfalls einer neuen Verschwörungstheorie Nahrung geben.) Trump ist also, das macht Fallon allen, die regelmässig einschalten, klar, ein Irrtum der Geschichte, ein Schwachkopf, ein Ärgernis – im schlimmsten Fall sogar eine Bedrohung für den Weltfrieden.

Die «Tonight Show» gliedert sich in drei Teile. Monolog, Gäste-Interviews und zum Schluss ein musikalischer Beitrag, live aus dem Studio. Das Kernstück sind die Gespräche mit den Promis, vor allem aus der Film- und der Musikszene. Wenig überraschend sind auch das alles Trump-Hasser oder -Kritiker. Ich habe noch keinen einzigen Hollywood-Star oder Grammy-Gewinner bei Jimmy Fallon auf dem Sofa sitzen sehen, der sich für den Präsidenten starkgemacht oder mindestens ein wenig Gegensteuer zu geben versucht hätte. Sind sich wirklich alle dermassen einig, oder ist der Gruppendruck so stark?

Jimmy Fallon preist seine Gäste alle mit ganz grossen Worten an: «He's the best!», «I love her!», «You have to see this movie!» Das ist wohl zum Teil der amerikanischen Neigung zum Überschwang geschuldet. Aber es ist schon ein bisschen merkwürdig – mindestens für europäische Ohren –, wenn alle die Besten sind. Ist der oder die Beste nicht ein Alleinstellungsmerkmal?

Weil mich die plumpe und ständige Stimmungsmache beim Monolog gestört hat, fiel mir dann diese stete, völlig unkritische Übertreibung bei den Interviews auf. Im Grunde ist die «Tonight Show», ist mir aufgefallen, eine – bisweilen durchaus gut unterhaltende – Dauerwerbesendung.

markus.wueest@baz.ch

Agenda

Schlaue Netze – gestern und morgen

Von Silvio Borner



Netzwerke sind für einen Ökonomen faszinierend. Einerseits werden sie für den Netzbetreiber sowie für jeden einzelnen Benutzer immer wertvoller, je mehr Mitnutzer es gibt (was für einen Mittagstisch ja nicht gilt). Andererseits besteht häufig kein privater Anreiz

zum Aufbau einer Netz-Infrastruktur, weil diese beim Anfang kaum rentabel zu betreiben ist.

Netze sollten schlau (smart) sein, indem sie die Kapazitätsnutzung optimieren, also Über- und Unterauslastungen vermeiden. Dazu gibt es zwei Mechanismen: erstens Anpassung der Netze bezüglich Grösse und Dichte und zweitens Preisdifferenzierungen. Wenn die Kostensenkungspotenziale hoch sind wie bei den Billigfliegern, sind flexible Preise attraktiv, weil die Durchschnittspreise sinken. Wenn die fixen Kosten wie zum Beispiel bei der Bahn hoch sind und wegen des übertriebenen Kapazitätsausbaus noch steigen, ist Preisdifferenzierung unpopulär, weil im Schnitt die Preise steigen.

Gerade die Schweizerischen Bundesbahnen planen flächendeckende Investitionen in zweistelliger Milliardenhöhe in ein starres, lärmiges und technisch veraltetes Netz. Und das bei einer durchschnittlichen Auslastung von bloss 40 Prozent im Personentransport, obwohl man nur über überfüllte Pendlerzüge auf den Hauptstrecken oder den Grossregionen spricht, aber nicht über die leeren Wagen in Randstunden oder Randregionen. Der Taktfahrplan ist vielleicht doch nicht so «smart», wie wir glauben (sollen). Auch nicht wirklich smart ist das Ziel, möglichst viele – koste es was es wolle – zum Umsteigen vom Auto auf die Bahn zu veranlassen und den Personen- den Vorrang vor den Güterzügen zu gewähren. Auch die Forcierung von Mini-Elektro-Vehikeln geht eher zulasten des ÖV als der Autos. Aber wir Europäer sind doch den Amerikanern verkehrswirtschaftlich meilenweit voraus. Oder etwa nicht?

Europäer fahren mit der Bahn 965 Kilometer pro Jahr, aber Amerikaner nur 161. Aber unsere Kosten dafür sind enorm, wie allein schon die Preise für Benzin widerspiegeln. Amerikaner fahren 24 140 Kilometer im Auto. Aber wir Europäer «verlieren» hier 14 484 Meilen und sind so netto weniger mobil. Aber noch krasser ist der Vergleich im Güterverkehr. 46 Prozent finden in Europa auf der Strasse statt, aber nur 11 Prozent auf der Schiene. In den USA laufen dagegen 40 Prozent über die Schiene und nur 30 Prozent auf dem Asphalt. Dabei ist sonnenklar, dass man mit planbarer Verlagerung des Güterverkehrs von der Strasse auf volle Züge viel mehr Energie einspart als mit halbleeren Personenzügen. Diese werden schnell teuer und weniger nachhaltig als das Auto. Bahnen in Europa sind zudem noch verschuldete Staatsbetriebe, in einigen Ländern, wie etwa in Frankreich oder früher Japan absolut lähmend. Die amerikanischen privaten Netze und Güterzüge sind demgegenüber effizient und profitabel. Aber auch der europäische Luftverkehr wächst mit 4,89 Prozent pro Jahr mehr als doppelt so schnell wie der Bahnverkehr.

Bundesbetriebe wie die SBB oder städtische Tramlinien werden zu verschiedenen Zwecken politisch gefördert und zielen dabei immer mehr an den Verkehrsbedürfnissen vorbei. Die Infrastrukturen von Schienen werden immer teurer, während die von Strassen und für Flüge billiger und nutzerfreundlicher werden. Umstellungen von Bahn auf Bus oder Car-Sharing wären gerade für Randregionen ein Must, sind aber politisch ein No-Go.

Basler Zeitung

Basler Zeitung AG
Gegründet 1842 (National Zeitung)
und 1844 (Basler Nachrichten)

Herausgeberin. Tamedia AG, Werdstrasse 21,
8021 Zürich, Tel. 044 248 41 11
Leserschaft. 101 000 Personen inkl. Replica
(MACH Basic 2018-2)
Verbreitete Auflage. 43688 Exemplare (WEMF 2018)
Davon verkaufte Auflage inkl. Replica:
41 213 Exemplare

Jahresabonnement inkl. Sonntagszeitung für
12 Monate CHF 556.–
Weitere Abonnements-Angebote auf
verlag.baz.ch/abo/

Verleger. Pietro Supino

Redaktion. Aeschenschplatz 7, Postfach 2250,
4002 Basel, Tel. 061 639 11 11, Fax 061 639 17 84,
redaktion@baz.ch / vorname.name@baz.ch

Chefredaktor. Markus Sommi (msso)

Chefredaktion. Viviane Joyce Laisiusse (vj), Chefin
vom Dienst, Laïla Abdel Al, Assistentin

Politik, Wirtschaft. Lukas Lampart (lam), Michael
Hug (Autor, hu), Patrick Griesser (pg), stv. Leitung
Wirtschaft, Stephan Reuter (sr), Christian Egli (che),
Christoph Hirter (hic)

Bundeshaus. Dominik Feusi (fi), Leitung,
Beni Gafner (bg)

Basel-Stadt, Baselland, Region. Joël Hoffmann
(jho), Leitung, Dominik Heltz (hel), stv. Leitung,
Serkan Abrecht (sa), Thomas Dähler (td), Denise
Dollinger (dd), Martin Furrer (mfu), Lisa Groelly
(lg), Thomas Gubler (Gu), Mischa Hauswirth (hws),
Nina Jecker (nj), Franziska Laur (fla), Alessandra
Paone (ale), Martin Regenass (mar), Alex Reichmuth
(are), Alexander Müller (amu), Dina Sambar (dis),
Kurt Tschan (kt), Daniel Wahl (wah)

Sport. Marcel Rohr (mr), Leitung, Oliver Gut (olg),
stv. Leitung, Sebastian Briellmann (sb), Tilman
Pauls (tip), Dominic Willmann (dw)

Kolumnisten. Marco Chiudinelli, Karl Odermatt,
Marc Surer

Kultur. Raphael Suter (ras), Leitung, Markus Wüest
(mw), stv. Leitung, Simon Bodler (bo), Christoph
Heim (hm), Nick Joyce (nj), Stephan Reuter (sr),
Christine Richard (chr), Sigfried Schibli (bil),
Jochen Schmid (js)

Meinungen und Profile. Markus Vogt (mv)

Auslandskorrespondenten. Rudolf Balmer (RB),
Paris, Wolfgang Drechsler (wdk), Kapstadt,
Paul Flückiger (flü), Warschau, Willi Germund (wig),

Bangkok, Martin Suter (sut), New York, Pierre
Heumann (heu), Naher Osten, Felix Lee (flp), Peking,
Thomas Roser (tro), Belgrad, Stefan Scholl (sch),
Moskau, Reiner Wandler (rwa), Madrid

Kolumnisten. Manuel Battagay, Silvio Borner,
Christoph Eymann, Felix Erbacher (FE), Markus
Häring, Hans-Peter Hammel (-minu), Martin Hicklin
(hlk), Helmut Hubacher, Markus Melzi, Lugen
Reichlin, Eric Sarasin, Martin A. Senn, Eugen Sorg,
Roland Stark, Tamara Wernli, Tino Krattiger

Spezialseiten. Bildung, Gesundheit heute: Denise
Dollinger (dd), Essen & Trinken: Roland Harisberger
(rh), Mobil: Roland Harisberger (rh), Reisen: Peter de
Marchi (pdm)

Beilagen/Projekte. Roland Harisberger (rh)

Produktion. Peter de Marchi (pdm), Julia Gisi (jug),
Tatiana Grusso (tgr), Roland Harisberger (rh),
Christian Horisberger (ch), Lukas Lampart (lam),-
Stephan Reuter (sr), Kurt Tschan (kt)

Gestaltung. Nino Angiuli (Art Director), Paul Graf

Bildredaktion/Fotografen. Florian Bärtschiger,
Pino Covino, Lucian Hunziker, Kostas Maros,
Dominik Pilüss, Nicole Pont

Korrektur. Anne-Sophie Heer, Lesley Paganetti,
Sornedia

Sachbearbeitung. Milena De Matteis, Michèle
Gartenmann, Marcel Münch

Dokumentation/Archiv. Marcel Münch
doku@baz.ch

Büro Laufental/Schwarzbubenland.
Basler Zeitung AG, Postfach, 4245 Kleinlützel
Tel. 061 639 11 11

Verlag Verlagsleitung. Marcel Tappeiner

Verlag. Aeschenschplatz 7, Postfach, 4002 Basel,
Tel. 061 639 11 11, verlag@baz.ch

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst.
Montag bis Freitag von 7.30–12 Uhr und 13–17 Uhr,
Samstag von 7.30–12 Uhr, Sonntag von 8–11 Uhr,
Tel. 061 639 13 13, Fax 061 639 12 82,
abo@baz.ch, www.baz.ch/abo

Abonnementspreise. Basler Zeitung
(mit Sonntagszeitung, inkl. 2.5% MWSt):
6 Monate Fr. 292.–, 12 Monate Fr. 556.–
(Ausland auf Anfrage)

Leitender Leserkontakt/Vertrieb. Martina Barth

Leiter Werbekontakt. Damian Fischer

Inserate. Basler Zeitung AG, Aeschenschplatz 7,
Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 10 50,
Fax 061 639 10 20, inserate@baz.ch, www.bzm.ch

Schalter für Inserate.
Montag–Freitag von 8.00–12.00, 13.00–17.00 Uhr
Tel. 061 639 12 18, Fax 061 639 12 19
schalter@baz.ch

Annoncenpreis. Basler Zeitung, s/w oder farbig
Fr. 4,25, (mm-Basispreis, zzgl. MwSt.)

Dokumentation/Archiv. Marcel Münch
doku@baz.ch

Büro Laufental/Schwarzbubenland.
Basler Zeitung AG, Postfach, 4245 Kleinlützel
Tel. 061 639 11 11

Verlag Verlagsleitung. Marcel Tappeiner

Verlag. Aeschenschplatz 7, Postfach, 4002 Basel,
Tel. 061 639 11 11, verlag@baz.ch

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst.
Montag bis Freitag von 7.30–12 Uhr und 13–17 Uhr,
Samstag von 7.30–12 Uhr, Sonntag von 8–11 Uhr,
Tel. 061 639 13 13, Fax 061 639 12 82,
abo@baz.ch, www.baz.ch/abo

Abonnementspreise. Basler Zeitung
(mit Sonntagszeitung, inkl. 2.5% MWSt):
6 Monate Fr. 292.–, 12 Monate Fr. 556.–
(Ausland auf Anfrage)

Leitender Leserkontakt/Vertrieb. Martina Barth

Leiter Werbekontakt. Damian Fischer

Inserate. Basler Zeitung AG, Aeschenschplatz 7,
Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 10 50,
Fax 061 639 10 20, inserate@baz.ch, www.bzm.ch

Schalter für Inserate.
Montag–Freitag von 8.00–12.00, 13.00–17.00 Uhr
Tel. 061 639 12 18, Fax 061 639 12 19
schalter@baz.ch

Goldbach Austria GmbH, Goldbach Digital Services AG, Goldbach Dooh
(Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Gold-
bach Management AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media
(Switzerland) AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany)
GmbH, Goldbach Video GmbH, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda
GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Joinvision E-Services GmbH,
LC Lausanne-cities S.A., Meskan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark
A/S, Neo Advertising AG, Olman AG, ricardo.ch AG, ricardo France Sati,
Schaefer Thun AG, Société de Publications Nouvelles SPM SA, Starticket AG,
swiss radioworld AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Publications roman-
des SA, Trendsales AG, Verlag Finanz und Wirtschaft AG, Zürcher Ober-
land Medien AG, Zürcher Regionalzeitungen AG

Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien
von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung:
Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienst-
leistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform heisst sich vom Layout des
Trägers ab. Diese Werbemitel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet.
Sponsored: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in
einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden
steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native
Advertising ist mit dem Layout des Trägers identisch und wird mit
«Sponsored» gekennzeichnet.

Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing herge-
stellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausge-
schlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammen-
arbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert
ausgewiesen.
Eine Marke von Tamedia

