

Meinungen und Profile

-minu

Veilchenblau

Herbert schob sich einen Nutella-Gipfel rein. Dann spülte er mit einem Schluck Filterkaffee nach. Herbert war nicht der Maschinentyp. Ihn störte der grosse Lärm, den der Apparat für so ein kleines Tässchen Kaffee produzierte. DESHALB: FILTER. PULVER. KOCHENDES WASSER! Und dann: gemütliches Blubbren.

Nelly hatte es mit Kapsel und Clooney. Sie dachte seufzend an Letzteren und gab den Pfeffer zum Tag: «DU WIRST GRAU, LIEBER HERBERT!» «Wasiss?» «Deine Haare lichten sich. Das Grau hat die Farbe eines aufgehellten Rührreis!» «Nelly – was ist los! Steckst du wieder in einer dieser Diäten!» «Gar nicht – aber bei George ist das Grau weisser. Bei Dir schmiert alles ins Gelbliche – das Haar. Und die Zähne!»

Auf dem Sessel von Coiffeur Bürschtl blätterte Herbert gereizt im «Playboy» und gab sich einen Ruck: «Was kann

man gegen gelbliches Haar tun, Herr Bürschtl? Meine Frau meint, bei Clooney sei alles strahlender ...»

Bürschtl bürstete George energisch aus der Diskussion: «Fake! Alles ein haariger Zauber. Diese Stars tragen Haarteile, Perücken und Deckgel in Teerfarbe ...»

Bürschtl zögerte einen kleinen Moment: «Natürlich können wir Ihrem Grau eine Leuchtkraft reinwaschen. Ist aber nicht billig!»

Für einen kurzen Augenblick zögerte Herbert. Er hätte gerne das Strahlen eines Filmstars gehabt. Seine Sekretärin hatte kürzlich eine Bemerkung fallen lassen: «Sie verlieren Haare ... ich muss morgens immer zuerst den Boden wischen ...»

Er wäre gerne ein anderer Herbert gewesen – ein Herbert, zu dem die

Frauen aufsahen. Auch wenn er Melitta-Kaffee trank.

Er zwinkerte Bürschtl mit einem gequälten Lächeln zu: «Dann wollen wirs doch mal ausprobieren ...»

Fünf Minuten später brannten seine Haarwurzeln. Dann wurde geföhnt. Herbert stierte gebannt auf die nassen Haare, die langsam in Farbe kamen. Es wurde ein Hauch ins Veilchenblau ...

«Bürschtl – ich sehe aus, wie meine Oma, wenn sie sich für eine Verlobungsfeier die Haare legen liess. DA WAR AUCH IMMER DIESER STICH INS BLAUE...!»

Bürschtl schwieg eingeschnappt. Und Herbert: «Sofort umfärben!».

Die vielen Treatments schadeten dem Haar. Bei der zweiten Föhnung war nur noch die Hälfte da. Immerhin – seine

Sekretärin würde jetzt weniger zu wischen haben ...

Am andern Tag seufzte Nelly, als der Melitta-Kaffee durchgeblubbert war: «Irgendetwas mit deinem Haar ist anders, Herbert. Du steuerst auf eine Vollglatze zu ...» Sie tätschelte seine Hand: «... finde ich heiss. Erinnerst du dich noch an Yul Brynner? SO GEIL! ...»

Herbert ging sofort wieder zu Bürschtl: «Alle Haare wegrasieren!»

«NA ENDLICH» – SEUFZTE DIE SEKRETÄRIN AM ANDERN TAG. UND VERSORGTE DEN BESEN.



-minu
BaZ-Kolumnist der ersten Stunde

Agenda

Schweissen und Schleifen

Von meinem Bürofenster habe ich direkte Sicht auf das Vorbahnhof-Chaos und bekomme bei offenem Fenster das Geratter und Gequietsche aus dem Wirrwarr von Weichen und Wagenrädern mit. Von zu Hause aus sehen und hören wir die Trams auf dem Aeschenplatz und spüren bei ihrer Fahrt darüber, wie die grünen Wagen durch die Kurven humpeln und rumpeln. Man wundert sich, dass es nicht zu mehr Entgleisungen kommt; aber sieht praktisch jeden Tag Männer beim Schweissen oder Feilen. Wochentlang erfolgt dies auch in der Nacht.

Dabei sollen Bahn und Trams ausgebaut werden, obwohl diese Technologie für Räder und Schienen aus Eisen und Stahl über 100 Jahre alt ist. Der Bund hat für den Bahnausbau 16 Milliarden reserviert, wobei das Parlament wahl-taktisch wohl mehr die regionale Geldverteilung als die Zukunft der Mobilität im Auge gehabt hat. Zwischen Basel und Liestal soll ein Viertelstunden-Takt eingeführt werden, was happige 312 Millionen Franken verschlingen wird. Und in Basel soll auch noch der Petersgraben dank einer neuen Tramlinie schweiss- und feilfähig werden.

Schientransport ist sicher ein Vorteil im Fernverkehr für Massengüter, was sogar die autokrassen Amerikaner schon lange realisiert haben. Beim Personenverkehr sind Bahn und Trams für dicht besiedelte Städte und Regionen von Vorteil; aber Busse werden bei abnehmender Siedlungsdichte schnell flexibler, platzsparender und auch

ökologischer. Die ökologischen Berechnungen der SBB sind fragwürdig, weil selbst im Fernverkehr die Auslastung bloss etwa 40 Prozent erreicht. Fast leere Züge in Randstunden sind umweltbelastender als Busse und Autos. Zudem haben Taktfahrplan und Ausbau der S-Bahnen bis an die Peripherie und darüber hinaus die Zersiedelung gefördert und das Pendeln auf Kosten der Steuerzahler belohnt.

Der Vorrang des Personenverkehrs vor dem Güterverkehr ist der wohl wichtigste Grund, warum die Verlagerung von der Strasse auf die Schiene in der Schweiz nicht klappt. Für ein TGV-Sondernetz zugunsten des Fernverkehrs haben wir in der Schweiz schlicht keinen Platz. Die USA haben faktisch ein exklusives nationales Netz für den Gütertransport. Selbst der Taktfahrplan wird bei zunehmender Verdichtung immer problematischer. Zum einen weil er die Auslastung verschlechtert, zum anderen weil er zu mehr Verspätungen, Pannen und Reparaturen führt.

Schweissen und Feilen sind nicht unbedingt vielversprechend für die digitale Mobilität. «Im Sonnentakt fahren» wäre deshalb mein Vorschlag für eine Greta-Demo für die Bahn- und Tramscham.



Silvio Borner
emeritierter Professor für
Volkswirtschaft an der Uni Basel

Jeckpot

Der Klimakater

Jeder hat diesen einen Bekannten, der einen Witz immer ein bisschen zu weit ins Schmutzige zieht. Einen Drink zu viel kippt. «Always one step too far», immer einen Schritt zu weit.

Die Aktivisten von Climate Justice sind ebenfalls einen Schritt zu weit gegangen. Mit ihrer Blockade von UBS und Credit Suisse haben sie die gesamte Klimabewegung Sympathien gekostet. Und das in der Zeit von Greta Thunberg, Flugscham und einer grün geschminkten FDP. Noch nie war das Klimabewusstsein in den Köpfen der breiten Masse so gross, der kollektive Wunsch, das Richtige zu tun, so stark. Die Freitagsmärsche der streikenden Schüler wurden von allen Seiten bejubelt; endlich wieder eine engagierte Jugend, freuten sich die Demonstranten von früher.

Und dann kommen die verkleideten Clowns von Climate Justice – und ziehen das Ganze ins Lächerliche. Sie nerven, indem sie in ihren Kostümen um Polizeiautos herumtanzen, die Seitenspiegel provozierend zum Schminken benutzen und sich vor Grossbanken anketten. Polizisten scheinen fast genauso schlimm zu sein wie CO₂.

Bewegungen verlaufen meist in Wellen. Ablehnung, grosse Begeisterung, Übersättigung. Die Klimasache hat das letzte Stadium schon fast erreicht. Doch es war rechtzeitig gelungen, die Euphorie politisch zu

nutzen. In fast jedem Parlament im Land wurden Klimavorstösse durchgewunken. In Basel-Stadt hat der Grosse Rat sogar den Klimanotstand ausgerufen. Die Bewegung hätte unglaubliche Chancen gehabt.

Die Aktivisten vom Montag haben die Stimmung kippen lassen. Es war leicht, sogar trendy, die engagierten Schüler zu hypen. Aber es fällt schwer, die immer gleichen Demonstranten zu mögen. Ausserdem weiss keiner so recht, wofür sie kämpfen.

Sind es dieselben, die vor dem Schlachthof eine Mahnwache abhielten? Oder gegen Syngenta marschierten? Polizeigewalt, Repression, Paygap, Belästigung, Kapitalismus? Man bekommt den Verdacht, es sind nicht Klima-, sondern einfach Aktivisten. Demonstrieren zum Spass – und always one step too far.

Solche Mitglieder wünscht man keiner Bewegung. Denn diese haben nur Erfolg, wenn die Bevölkerung mitzieht. Und nicht, weil ein paar Verkleidete sich zum eigenen Vergnügen daneben benehmen. Der letzte Montag, das war der Drink zu viel. Kopfweh nach der Party.



Nina Jecker
Redaktorin Basler Zeitung

Nachruf

Der Schwur des Artur Brauner

Artur «Atze» Brauner, Sohn eines jüdischen Holzgrosshändlers, verlor im Holocaust 49 Angehörige. Er selbst, geboren am 1. August 1918 im polnischen Lodz, konnte sich 1941 in die Sowjetunion retten. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs kam er nach West-Berlin und gründete in der Stadt, die in Schutt und Asche lag, die Central Cinema Company, die CCC-Film. Das war 1946. Auf dem Gelände der ehemaligen Pulverfabrik Spandau zog er seine Studios hoch, die ersten Dreharbeiten begannen 1950, dort entstanden viele der 500 Filme, die Brauner im Laufe seines (langen) Lebens in die Kinos brachte.

Da war viel Dutzendware darunter, leichter Unterhaltungsstoff. «Frauenarzt Dr. Sibelius» (1962) zum Beispiel oder auch «Old Shatterhand», beide mit Lex Barker in der Titelrolle. Dazu ein paar Dr.-Mabuse-Streifen, ein paar Sherlock-Holmes-Filme, ein bisschen Sexklamotte, eine «Nibelungen»-Verfilmung oder auch «Es muss nicht immer Kaviar sein» nach Johannes Mario Simmel, 1961. Von allem etwas. Verpflichtet aber fühlte Brauner sich vor allem einem: an das von den Nationalsozialisten in die Welt gesetzte Unrecht zu erinnern. Noch während des Zweiten Weltkriegs hatte er geschworen: «Wenn ich überlebe, muss ich die Opfer lebendig machen.»



In seinen Filmen erinnerte Brauner an die Holocaust-Opfer. Foto: Alexander Becher (EPA)

Also produzierte er, finanziert nicht zuletzt durch die harmloseren Machwerke, Filme, die sich mit dem Nationalsozialismus und der Judenvernichtung beschäftigten: «Zeugin aus der Hölle» (1966), «Die weisse Rose» (1982), «Eine Liebe in Deutschland» (1983) oder auch «Hitlerjunge Salomon» (1990) über einen jüdischen Jungen, der Mitglied der Hitler-Jugend wird – und überlebt. Die Gedenkstätte Yad Vashem in Jerusalem ehrt Artur Brauner seit 2009, indem sie 21 seiner Produktionen, die den Holocaust zum Thema machen, ständig zeigt.

Einmal hat Artur Brauner einen Oscar erhalten: für die Koproduktion von «Der Garten der Finzi Contini» von Vittorio De Sica, 1970. Ein weiterer Co-Produzent hiess: Arthur Cohn, Basel. Der Berliner Artur ist nun im Alter von 100 Jahren gestorben.

Jochen Schmid
ehemaliger BaZ-Redaktor

Basler Zeitung

Basler Zeitung AG
Gegründet 1842 (National Zeitung)
und 1844 (Basler Nachrichten)
Herausgeberin. Die Basler Zeitung gehört zur Tamedia-Gruppe
Leserschaft. 102 000 Personen inkl. Replica (MACH Basic 2019-1)
Verbreitete Auflage: 43688 Exemplare (WEMF 2018)
Davon verkaufte Auflage inkl. Replica: 41213 Exemplare
Grossauflage: Donnerstag 95 380
Jahresabonnement inkl. Sonntagszeitung für 12 Monate CHF 576.–
Weitere Abonnementsangebote auf verlag.baz.ch/abo/
Verleger. Pietro Supino
Chefredaktion Redaktion Tamedia. Arthur Rutishauser, Chefredaktor (ar), Adrian Zurbruggen, Stv. (azu), Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA)

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

Chefredaktor. Marcel Rohr (mr)

Chefredaktion. Markus Wüest, Stv. (mw), Laila Abdel'Al, Assistentin

Politik, Wirtschaft. Kurt Tschan (kt), Sebastian Briellmann (sb)

Basel-Stadt, Baselland, Region. Joël Hoffmann, Leitung (jho), Martin Furrer, Stv. (mfu), Dominik Heitz (hei), Serkan Abrecht (sa), Jan Amsler (jam), Thomas Dähler (td), Denise Dollinger (dd), Julia Gisi (jug), Lisa Groelly (lg), Thomas Gubler (Gu), Mischa Hauswirth (hws), Nina Jecker (nj), Franziska Laur (fl), Alessandra Paone (ale), Martin Regenass (mar), Alex Reichmuth (are), Alexander Müller (amu), Dina Sambar (dis), Andrea Schuhmacher (and), Daniel Wahl (wah)

Sport. Oliver Gut, Leitung (olg), Tilman Pauls (tip), Dominic Willmann (dw)

Kolumnisten. Marco Chiudinelli, Karl Odermatt, Marc Surer

Kultur. Markus Wüest, Leitung (mw), Stephan Reuter, Stv. (sr), Simon Bordier (bor), Nick Joyce (nj), Clara Vuille-dit-Bille (vdb)

Meinungen und Profile. Peter de Marchi (pdm)

Kolumnisten. Manuel Bategay, Silvio Borner, Sebastian Briellmann, Christoph Eymann, Barbara Gutzwiller, Markus Häring, Hans-Peter Hammel (-minu), Martin Hicklin, Helmut Hubacher, Tino Krattiger, Markus Melz, Linus Reichlin, Christine Richard, Eric Sarasin, Andreas W. Schmid, Jochen Schmid, Andreas Schwander, Roland Stark, Rudolf Strahm, Patrick Tschan

Leitung Tamedia Editorial Services. Viviane Joyce-Laissue, Leitung (vj), Stefan Ryser, Stv., Martin Haslebacher

Produktion. Lukas Lampart, Leitung (lam), Tatiana Gruosso (tgr), Roland Harisberger (rh), Stephan Reuter (sr)

Gestaltung. Nino Angiuli, Stephan Havasi

Fotografen. Florian Bärtschiger, Pino Covino, Lucia Hunziker, Kostas Maros, Dominik Plüss, Nicole Pont

Korrektur. Tamedia

Sachbearbeitung. Milena De Matteis, Marcel Münch

Dokumentation/Archiv. Marcel Münch doku@baz.ch

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

Verlagsleitung. Marcel Tappeiner

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

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst. Montag bis Freitag von 8.00–12.00 Uhr und 13.15–17.00 Uhr, Samstag von 8.00–11.00 Uhr, Tel. 061 639 13 13, abo@baz.ch, www.baz.ch/abo

Abonnementspreise. Basler Zeitung (mit Sonntagszeitung, inkl. 2.5% MWST): 6 Monate Fr. 299.–, 12 Monate Fr. 576.– (Ausland auf Anfrage)

Leiter Werbekam. Damian Fischer

Inserate. Basler Zeitung AG, Aeschenplatz 7, Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 10 50, 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, schalter@baz.ch

Annoncenpreis. Basler Zeitung, s/w oder farbig Fr. 4.25, (mm-Basispreis, zzgl. MwSt.)

Ein Mitglied des metropool

Todesanzeigen. todesanzeigen@baz.ch, Tel. 061 639 12 18

Druck. DZB Druckzentrum Bern AG, Zentweg 7, 3006 Bern
Basler Zeitung AG. Bekanntgabe namhafter Beteiligungen: Neue Fricktaler Zeitung AG, Presse TV

Geschützte Marken.
Nordwestschweizer
ZEITUNG
Basler Woche

Ombudsmann der Tamedia AG Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch

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 Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel 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 sogenannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Eine Marke von Tamedia

