

Zeitschrift: Schweizer Ingenieur und Architekt
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 117 (1999)
Heft: 48

Sonstiges

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: 30.07.2025

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

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