

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.

eindeutigen Ergebnis: Als Stärken des Kantons Basel-Stadt lobt die renommierte Rating-Agentur, sozialistischer Verirrungen völlig unverdächtig, die ausgezeichnete Liquiditätslage und das solide Finanzmanagement.

Ausdruck der bürgerlichen Hilflosigkeit ist ihr Begehren, das zweckgebundene Betriebsergebnis im Budget 2019 auf dem Niveau des Budgets 2018 einzufrieren.

Als Staatsbürger und Steuerzahler kann ich es deshalb nur begrüssen, dass FDP, LDP, CVP, GLP und SVP – endlich – eigene Sparmassnahmen erarbeitet haben.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

Ich weiss nicht, wie andere Leute auf solche unbetenen 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.

Die «Tonight Show»

Alle sind die Besten ausser einem



Vor über zehn Jahren war die traditionelle «Tonight Show», die grosse Spätabend-sendung auf NBC, die einst vom legendären Talkmaster Johnny Carson zu einer Institution des amerikanischen Fernsehens gemacht worden war.

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.

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

Seit der Wahl von Donald Trump widmet Fallon Abend für Abend den Einstieg in seine Sendung den neuesten Missetaten, Entgleisungen, Fehlritten, Peinlichkeiten und krassen Fehlentscheidungen des 45. Präsidenten der Vereinigten Staaten.

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.)

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.

Weil mich die plumpe und ständige Stimmungsmache beim Monolog gestört hat, fiel mir dann diese stete, völlig unkritische Übertreibung bei den Interviews auf.

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.

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.

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.

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.

Bundesbetriebe wie die SBB oder städtische Tramlinien werden zu verschiedenen Zwecken politisch gefördert und zielen dabei immer mehr an den Verkehrsbedürfnissen vorbei.

Basler Zeitung

Basler Zeitung AG
Gegründet 1842 (National Zeitung) und 1844 (Basler Nachrichten)
Herausgeberin: Tamedia AG, Werdstrasse 21, 4002 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 (ms)
Chefredaktion: Viviane Joyce Laisiusse (vj), Chefin vom Dienst, Laïla Abdel'Al, Assistentin

Politik, Wirtschaft: Lukas Lampart (lm), Michael Hug (Autor, hu), Patrick Griesser (pg), stv. Leitung Wirtschaft, Stephan Reuter (sr), Christian Egli (che), Christoph Hirter (hc)
Bundeshaus: Dominik Feusi (fi), Leitung, Beni Gafner (bg)
Basel-Stadt, Baselland, Region: Joël Hoffmann (Jho), Leitung, Dominik Heltz (hel), stv. Leitung, Serkan Abrescht (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 Rohrer (mr), Leitung, Oliver Gut (og), stv. Leitung, Sebastian Briellmann (sb), Tilman Pauls (tip), Dominic Willimann (dw)
Kolumnisten: Marco Chiodinelli, Karl Odermatt, Marc Surer
Kultur: Raphael Suter (ras), Leitung, Markus Wüest (mw), stv. Leitung, Simon Bordinier (sb), Christoph Heim (hm), Nick Joyce (nj), Stephan Reuter (sr), Christine Richard (chr), Sigfried Schibli (sb), Jochen Schmid (js)
Meinungen und Profile: Markus Vogt (mv)
Auslandskorrespondenten: Rudolf Balmer (RB), Paris, Wolfgang Drechsler (wdk), Kapstadt, Paul Flückiger (flü), Warschau, Laur Germund (wgr)

Bangkok: Martin Suter (sut), New York: Pierre Heumann (neu), Naher Osten: Felix Lee (flf), Peking: Thomas Roser (tr), Belgrad: Stefan Scholl (sch), Moskau: Reiner Wandler (rwa), Madrid
Kolumnisten: Manuel Bategay, Silvio Borner, Christoph Eymann, Felix Erbacher (FE), Markus Häring, Hans-Peter Hammel (-minu), Martin Hicklin (hckl), Helmut Hubacher, Markus Melzi, Linus 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 Gruosso (tgr), Roland Harisberger (rh), Christian Horisberger (ch), Lukas Lampart (lm), Stephan Reuter (sr), Kurt Tschan (kt)
Gestaltung: Nino Angiuli (Art Director), Paul Graf
Bildredaktion/Fotografen: Florian Bärtschiger, Pino Covino, Lucian Hunziker, Kostas Maros, Dominik Plüss, Nicole Pont
Korrektorat: Anne-Sophie Heer, Lesley Paganetti, Sornedia

Sachbearbeitung: Milena De Matteis, Michèle Garkemann, Marcel Münch
Dokumentation/Archiv: Marcel Münch doku@baz.ch
Büro Laufenal/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)
Leiter Lesermarkt/Vertrieb: Martina Barth
Leiter Werbemarkt: 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.)
Ein Mitglied des metropool
Todesanzeigen: todesanzeigen@baz.ch, Tel. 061 639 12 18, Fax 061 639 12 19
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
BaslerWoche Basler Woche
Ombudsmann der Tamedia AG Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia AG
I.S.v. Art. 322 StGB: Acta Immobilien SA, Adagant AG, autorisato AG, 20 minuti Ticino SA, Aderita AG, Basler Zeitung AG, Berner Oberland Medien AG, BOM, BOOK A TIGER Switzerland AG, Oil Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG,

Goldbach Austria GmbH, Goldbach Digital Services AG, Goldbach Dooh (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach 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-Service GmbH, LC Lausanne-cities S.A., Meekon Solutions Ltd., MetroPress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmeto AG, ricardo.ch AG, ricardo France Sàrl, Schaer Thun AG, Société de Publications Nouvelles SPM SA, Starticket AG, swiss radioworld AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Publications romandes SA, Trendsales AG, Verlag Finanz und Wirtschaft AG, Zürcher Oberland Medien AG, Zürcher Regionalzeitungen AG
Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltsverbindung:
Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform heisst sich vom Layout des Trägermittels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. Sponsoring: 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 Trägermittels identisch und wird mit «Sponsoring» gekennzeichnet.
Beide Werbemethoden werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeiter von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist eingeschlossen. Weitere Sonderwerbemethoden oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.
Eine Marke von Tamedia

