

Agenda

Islamismus to go

Von Regula Stämpfli



Vor nicht allzu langer Zeit gab es die Tradition, Kaffee nur sitzend einzunehmen. Dass sowohl diese Tradition als auch die zum Kaffee sitzenden Menschen am Aussterben sind, belegen die 6,4 Milliarden (!) Pappbecher samt Plastikdeckel im Abfall pro Jahr. Der «gehende»

Kaffee, am besten symbolisiert durch «Starbucks», kam im März 2001 in die Schweiz. 2001, am 11. September trat eine andere globale Marke in Erscheinung: der Islamismus in Form des Terrors.

Damit eine Marke global funktioniert, braucht es einen einschlägigen «Brand» mit klingendem Namen, ein klar definiertes Zielpublikum, einen Look, der sich überall auf der Welt eins zu eins kopieren lässt, ein Produkt, das unspezifisch, aber alltäglich genug ist, um sowohl in Dubai, Paris als auch in Washington D.C. konsumiert werden zu können. Eine Bewertung auf dem Tripadvisor für Dubai lautet: «Beim «Starbucks» in Dubai gibt es keine grossen Überraschungen. Wer es in anderen Ländern mag, wird es auch hier mögen.»

Ähnliches könnte ein IS-Kämpfer über die Addawa-Moschee in der Rue de Tanger in Paris schreiben: «Wer den Islamischen Staat mag, wird sich auch hier wohlfühlen.» Globale Marken zeichnen sich durch ähnliche Lebensgefühle auf. Sie sind jederzeit und weltweit verfügbar, kennen keine ethnischen, nationalen oder kulturellen Wurzeln, die den Konsum einschränken könnten und verfügen über Bindungskräfte, die jede Tradition obsolet machen. Die Marke «Islamismus» floriert dank ihren zahlreichen Konsumtempeln namens Moschee.

Globale Marken verfügen über Standortvorteile, können bei Rechtsstreitigkeiten lokal nicht belangt werden, da ihr Rechtssitz meist in Staaten liegt, die über Gesetze verfügen, die ausschliesslich auf die dort beheimatete Marke ausgerichtet sind. Die seit 2001 tätige globale Marke Islamismus und ihr Markenzeichen «Mohammed» – ein sehr sprechendes Bild-Gegenstück zur barbusigen Sirene von «Starbucks» übrigens – zersetzt in ihrer Flexibilität und Anpassungsfähigkeit geltende kulturelle und rechtliche Selbstverständlichkeiten.

Dem Islamismus wird von vielen Kritikern der Status einer Religion abgesprochen. Ich plädiere nun dafür, den Islamismus künftig auch als Marktexpansion unter einem weltweit agierenden Monopolbrand anzusehen und daraus wirtschaftliche und politische Konsequenzen zu ziehen. Dies ermöglicht ein breiteres Spektrum der Massnahmen gegen den Islamismus, da die bisher geführten Kriege gegen ihn ganz offensichtlich nicht die erwünschten Erfolge zeigen. Wird der «Islamismus» endlich als globale Marke mit marktmonopoler Stellung begriffen, treten marktübliche und rechtsstaatliche Gegenstrategien ins Blickfeld. Wie wäre es beispielsweise, der marktbeherrschenden Monopolstellung der Marke «Islamismus» mit Marktinstrumenten der Monopolzerschlagung und Verursacherprinzip zu begegnen? Indem die vom Produkt «Islamismus» profitierenden Staaten und Unternehmen beispielsweise Saudi-Arabien, die Türkei und die westlichen Waffenhersteller – um nur einige Profiteure zu nennen – finanziell und rechtlich belangt werden? Es gab einmal eine Zeit, in der die religiöse Verhüllung einer Frau in Paris so fremd war wie der Stehimbiss einer auf eine halbe Stunde reduzierte Mittagspause in Frankreich. Es gab einmal eine Zeit, in der auch für multinationale Unternehmen sowohl die Freiheit vom Staat (Sicherung der Privatrechte) als auch die Freiheit zum Staat (Steuern, Anpassung an die gültigen nationalen Gesetze) galten. Es ist Zeit, das «to go» endlich in ein «no go» zu verwandeln.

Schänzli-Sanierung: Sieben Jahre Stau

Die Zumutung des Bundes

Von Christoph Buser

Wer am vergangenen Mittwochmorgen zur Rushour mit dem Auto vom Oberbaselbiet ins Unterbaselbiet oder vom Unterbaselbiet in die Stadt Basel gelangen wollte, bekam einen Vorgeschmack darauf, was uns der Bund demnächst während sieben langen Jahren zumuten will. Aufgrund eines Verkehrsunfalls, in den laut Radiomeldung unter anderem ein Lastwagen verwickelt war, musste eine Fahrspur im Schänzli-Tunnel kurzzeitig gesperrt werden. In der Folge stauten sich die Autos kilometerweit zurück, zwischenzeitlich bis fast zum Reinacher-Tunnel.

Das ist nicht überraschend, denn der Schänzli-Tunnel gilt als einer der am meisten befahrenen Streckenabschnitte schweizweit. Über 60 000 Autos fahren im Durchschnitt täglich durch den Tunnel an der Grenze zwischen Basel-Stadt und Baselland, mehr als durch den Belchentunnel. Es liegt auf der Hand, dass es nach einem Unfall wie vergangene Woche zu einem Verkehrskollaps kommt. Und das ist auch nicht weiter verwunderlich oder stossend.

Sehr wohl verwunderlich – und genau genommen sehr stossend – ist allerdings die Art und Weise, wie der Bund plant, den Schänzli-Tunnel künftig zu sanieren. Wie oftmals zitierte Schreibtischtäter sehen die Planer in Bern vor, während vollen sieben Jahren an dem Bau herumzuwerkeln. Planen sie eine zusätzliche Sanierungsrohre wie beim Belchentunnel? Keine Spur. Sehen sie grundlegende Massnahmen zur vorherigen und dringend nötigen Kapazitätserweiterung vor? Woher auch. Erwägen sie auch nur schon, die heute bereits knappen Kapazitäten irgendwie zu erhalten? Ach was. Im Gegenteil: Die Bürokraten gehen davon aus, dass der Autoverkehr während der Sanierungszeit via einer kompliziert geführten «Ersatzspur» schon irgendwie weiterrollt oder halt auf die umliegenden Gemeinden ausweicht. Offenkundig bringen die verantwortlichen Angestellten in Bundesbern nicht den Mut auf, nach einem Blick auf die Strassenkarte beziehungsweise auf die heute völlig verworrene Schänzli-Situation einmal Klartext zu reden und mit einer

grundsätzlichen Entflechtung dieses Knotens und somit einer echten Lösung aufzufahren. Stattdessen soll sieben lange Jahre saniert, verschönert und die bereits heute unzumutbare Situation für viele Jahre im wahrsten Sinne des Wortes zementiert werden. Mit ihrem (Nicht-)Konzept nehmen die Planer in Kauf, die Dörfer im Birstal und im Leimental während sieben Jahren im Verkehr ersticken zu lassen. Sie ignorieren, dass ein Teil der Nordwestschweiz während sieben Jahren grösstenteils blockiert würde. Wenn die Planer aus Bundesbern die heissen Eisen – so scheint es zumindest – nicht selber anpacken wollen, erhalten sie jetzt etwas Hilfe aus dem Baselland. Vergangene Woche hat die FDP Baselland eine entsprechende Petition lanciert (BaZ vom 16. Januar). Mit dieser Petition wird der Regierungsrat aufgefordert, beim Bund umgehend alle

Über 60 000 Autos fahren im Durchschnitt täglich durch den Schänzli-Tunnel, mehr als durch den Belchentunnel.

nur erdenklichen politischen Massnahmen zu ergreifen, damit für die Sanierung des Schänzli-Tunnels eine kürzere und umweltschonendere Sanierungslösung erarbeitet wird. Gefordert wird konkret: kein Sanierungsbeginn am Schänzli, bevor nicht Ersatzkapazitäten sichergestellt sind, die den Namen verdienen. Das ist das Mindeste.

Dass die zuständige Baselter Bau- und Umweltschutzdirektorin Pegoraro diesbezüglich bereits deutliche Signale nach Bundesbern gesendet hat, ist zu begrüssen. Umso wichtiger ist es nun, dass sich auch die Bevölkerung zu Wort meldet. Wir erinnern uns: Auch in Basel-Stadt ist es seinerzeit gelungen, mit einer Petition die geplante Erweiterung der Osttangente zu kippen. Gegenüber der Baselter Bevölkerung ist die jetzt vorgesehene Lösung des Bundes für die Sanierung des Schänzli-Tunnels schlichtweg eine Zumutung. Christoph Buser ist FDP-Landrat und Direktor der Wirtschaftskammer Baselland.

Hick-up

Ein Königreich für einen Helm

Von Martin Hicklin

61 Tage wird es noch dauern, dann beginnt Richard des Dritten vorerst letzte Reise. Die sterblichen Reste des in Shakespeares Drama als ruchloser Bösewicht dargestellten Letzten der Plantagenets wird am Sonntag, dem 22. März, von der Universität Leicester auf einem grossen Umweg zur Kathedrale von Leicester gefahren, um dort Tage später in einem angemessenen Grabmal beigesetzt zu werden. Auch am Schlachtfeld von Bosworth, wo Richard zu Tode gekommen ist, wird man haltmachen.

Der Zähler auf der Website kingrichardingleicester.com tickt fleissig diesem Höhepunkt zu, und die Zahl der Enttäuschten, die bei der eigentlichen Zeremonie am Donnerstag darauf nicht dabei sein können, wächst. Die Kirche hat zu wenig Plätze. Aber getrost. Man wird die bekannten Mittel nutzen, um die ganze Welt teilhaben zu lassen, wenn der Sarg mit den Gebeinen des im Alter von nicht ganz 33 Jahren gefallenen Königs beigesetzt wird und der Kardinal Vincent Gerard Nichols von Westminster eine Ansprache hält. Selbst in England sind die Gelegenheiten selten, einen König zu Grabe zu tragen. Erst recht einen, der wegen seiner frühen Geburt noch als Katholik gestorben ist. Im von Richard geliebten York wird man im März verstohlen die Augen wischen. Nur

zu gerne hätte man den Sohn eines Herzogs von York in der eigenen Stadt zur Ruhe gebettet, nicht zuletzt, weil es dann noch einen weiteren Grund gegeben hätte, die schöne Stadt zu besuchen. Immerhin werden die weissen Rosen von York auf Säulen um das Grab prangen. Das will die «Richard III Society», die das Andenken an den letzten auf dem Schlachtfeld gefallenen englischen König pflegt, durchgesetzt haben. Dazu auch, dass die lange wissenschaftlicher Neugier ausgesetzten Gebeine im von einem fernen Verwandten Richards entworfenen Sarg nicht in einer Art Reliquien-Kiste versorgt, sondern geordnet ausgelegt werden und auch ein Rosenkranz beigefügt wird. Als frommes Zeichen und wohl deshalb, weil der berühmte Mann, als er noch lebte, nur wenig Zeit für lange Gebete gefunden haben dürfte. Erst recht in den letzten nur 26 Monaten seines Lebens, in denen er überhaupt König war.

Eine eigentlich verrückte Geschichte geht ihrem Höhepunkt entgegen. So etwas zu organisieren, darin sind Engländer spitze. Ein Managementteam hat alles bedacht, der Countdown läuft. *BBC 4* hat bereits ein neues Porträt des Königs ausgestrahlt, nun zeigt die gedruckte Ausgabe des britischen Medizinjournal noch einmal die Ergebnisse des «Postmortems» oder der späten Leichenschau des Skeletts,

Randnotiz

Angst und Heuchelei

Von Eugen Sorg

Die ermordeten Journalisten von *Charlie Hebdo* und die erschossenen Geiseln aus dem jüdischen Geschäft sind beerdigt, die Reden gehalten worden und die erste Ausgabe des Pariser Satiremagazins nach dem Massaker ist bereits erschienen – gestaltet von den mutigen überlebenden Redaktoren. Der Alltag meldet sich zurück, aber die Bedrohung ist geblieben. Nicht ob, sondern nur wann und wo sich der nächste Anschlag ereignen wird, ist die Frage. Längst hat das politische Krebsgeschwür eines extremistischen, todessehnsüchtigen Islam aus seinen Brutstätten im Nahen Osten metastasiert und sich auch in den Metropolen Europas eingenistet. Für unsere Geheimdienste und Anti-Terror-Einheiten wird die Arbeit in den nächsten Jahren zunehmen, und sie kann nur erfolgreich sein, wenn die Mehrheit der Bevölkerung hinter ihr steht. Dabei spielen die Medien eine wichtige Rolle. Sie müssen aufklären, die Gefahren benennen und analysieren.

Eine Aufgabe, die jedoch von den europäischen Journalisten im Falle des Islamismus skandalöserweise nicht erfüllt worden sei, so die Diagnose des amerikanischen Essayisten Paul Berman (in: Die Flucht der Intellektuellen, 2010). Aus Angst, getötet zu werden, habe man die Problematik heruntergespielt und verharmlost. Wie als Schulbeispiel zu Bermans These präsentierte sich das Verhalten des *Tages-Anzeigers* beim jüngsten Anschlag. Man werde die Mohammed-Karikaturen aus *Charlie Hebdo* nicht zeigen, schrieb Chefredaktor Res Strehle. Dies «nicht aus Angst», betonte er, oder weil er sich an das «Bildnisverbot dieser Religion» gebunden fühle. Sondern aus «Rücksicht» auf «religionsspezifische Gebote» und auf eine «breit geteilte Empfindlichkeit.»

Das war schamlose Heuchelei. Als Res Strehle noch Chefredaktor des *Magazins* war, hatte er in einem Interview mit *Edito Klartext* die Publikation von Jesus-Karikaturen des Meisters der verletzenden Satire Manfred Deix gelobt. Jesus-Anhänger zu kränken ist eben ungefährlich.

«Es gab auch gute Provokationen, seit ich beim *Magazin* bin. Ich will nur zwei nennen: Diese gezeichneten Jesus-Bilder von Deix haben mir als Provokation gefallen, weil sie etwas infrage stellen, ein Bild, das wir von Jesus haben, dieses Schöne-Welt- und Heiland-Bild. Viele Leser haben sich daran gestört, wir haben böse Post erhalten.»

die bereits im September online veröffentlicht worden waren. Die Überreste hatte man bei einer gezielten Suche im September 2012 auf einem Parkplatz Leicesters gefunden. Wo heute Autos parken, hatte früher die Greyfriars Church der Franziskaner gestanden. Zu ihr hatte man die schwer verwundete Leiche des Besiegten hin- und in ihr unter die Erde gebracht. Sieht aus, als hätten die Sieger den Besiegten noch nachträglich misshandelt. Wahrscheinlich war der Körper angeblich nackt über den Rücken eines Pferdes gelegt transportiert worden, wie wir das aus Cowboy-Filmen kennen. So erklären sich auch ungewöhnliche Lage und Stichkanäle einiger der insgesamt elf identifizierten Verwundungen. Natürlich geben Knochen keine Auskunft über Weichteilverletzungen, die auch tödlich sein können. Man nimmt aber mit guten Gründen an, dass Richard am Ende Rüstung getragen hat, weil keine Verletzungsspuren an Arm- und Bein-knochen nachzuweisen sind. Alles, was man mit heutigen Methoden aus Knochen lesen kann, hat man entziffert. Dass sie zum grazil gebauten, aber an einer Wirbelsäuleverkrümmung leidenden Richard gehören, ist mit DNA-Proben bewiesen. Und wahrscheinlich auch das: dass Richard sein Königreich statt wie bei Shakespeare gegen ein Pferd (My kingdom for a horse!) besser gegen einen Helm zum Tausch geboten hätte.

Basler Zeitung

National Zeitung und Basler Nachrichten AG
Gegründet 1842 (NZ) und 1844 (BN)Verwaltungsratspräsident und Delegierter:
Rolf Bollmann

Verleger und Chefredaktor: Markus Somn (mso)

Stv. Chefredaktor: David Thommen (-en)

Chefredaktion: Michael Bahnerth (mb), Textchef – Roland Harisberger (rh), Chef vom Dienst – Laila Abdel'Al, Assistentin

Politik: Martin Furrer (mfu), Leitung – Viviane Joyce Laissue (vj), stv. Leitung – Hansjörg Müller (hjm) – Benedict Neff (bn) – Samuel Tanner (sta)

Bundeshaus: Dominik Feusi (f), Leitung – Daniel Ballmer (dab), Beni Gafner (bg) – Hubert Mooser (hmo)

Basel-Stadt: Nina Jecker (nj), Leitung – Dominik Heitz (he), stv. Leitung – Aaron Agnozza (aag) – Nadine Brügger (nab) – Denise Dollinger (dd) – Joël Gernet (jg) – Mischa Hauswirth (hws) – Jonas Hoskyn (hys) – Franziska Laur (ffl) – Martin Regenass (mar)

Baselland: Christian Keller (ck), Daniel Wahl (wah), Leitung – Boris Gyax (bgy) – Joël Hoffmann (jho) – Alexander Müller (amu) – Alessandra Paone (ale) – Dina Sambar (dis)

Thomas Dähler (td) – Thomas Gubler (Gu), Liestal

Wirtschaft: Ruedi Mäder (rm), Leitung – Patrick Gressner (pg), stv. Leitung – Seraina Gross (sgr) – Rahel Koerfgen (rak) – Kurt Tschan (kt) – Daniel Zulauf (dz) (Zürich)

Sport: Marcel Rohr (mr), Leitung – Andreas W. Schmid (aws), stv. Leitung – Andreas Eugster (ae) – Oliver Gut (og) – Fabian Kern (ker) – Tilman Pauls (tip) – Dominic Willmann (dw)

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

Auslandskorrespondenten: Roman Arens (RA), Rom – Rudolf Balmer (RB), Paris – Sebastian Borge (bor), London – Fritz Dinkelmann (fd), Berlin – Wolfgang Drechsler (wdk), Kapstadt – Paul Flückiger (fl), Warschau – Willi Germund (wg), Bangkok – Frank Hermann (fhw), Washington – Pierre Heumann (heu), Naher Osten – Felix Lee (flp), Peking – Thomas Roser (tro), Belgrad – Stefan Scholl (sch), Moskau – Reiner Wandler (rwa), Madrid

Meinungen und Profile: Graziella Kuhn (gku)

Kolumnisten: Claude Cueni – Thomas Cueni – David Dürr – Felix Erbacher (FE) – Allan Guggenbühl – Markus Häring – Hans-Peter Hammel (-minu) – Martin Hicklin (hckl) – Walter Hollstein – Helmut Hubacher – Markus Meizi – Manfred Messmer – Linus Reichlin – Eugen Sorg – Regula Stämpfli – Roland Stark – Tamara Wernli

Spezialseiten: Bildung: Denise Dollinger (dd) Gesundheit heute: Sarah Ganzmann-Kuhni (sku) Mobil/Reisen/essen & Trinken: Benno Brunner (bb) – Sarah Ganzmann-Kuhni (sku) – Roland Harisberger (rh) Beilagen/Projekte: Roland Harisberger (rh) – Benno Brunner (bb) Produktion: Benno Brunner (bb), Stv. Chef vom Dienst – Claudia Biangetti (cbj) – Dominique Burckhardt (db) – Peter de Marchi (pdm) – Sarah Ganzmann-Kuhni (sku) – Christian Horisberger (ch) – Eva Neugebauer (ene) – Stefan Stritmatter (mat) – Markus Vogt (mv)

Gestaltung: Nino Angiuli (Art Director), Bettina Lea Toffel (stv. Leitung) – Jean-Claude Basler – Paul Graf – Monika Müller – Daniel Schaufelberger – Paul Schwörer

Bildredaktion: Melody Gyax, Leitung – Jeannette Bölle – Doris Flubacher – Fotografen: Pino Covino – Lucian Hunziker – Kostas Maros – Dominik Plüss – Nicole Pont

Korrektorat: Lesley Paganetti (Teamleitung) – Rosmarie Ujak (Teamleitung) – Katharina Dillier Muzzolini – Andreas Herzog – Markus Riedel – Dominique Thommen

Sachbearbeitung: Milena De Matteis – Marcel Münch – Anny Panizzi

Dokumentation/Archiv: Marcel Münch doku@baz.ch

Redaktion: Aeschenschplatz 7, Postfach 2250, 4002 Basel, Telefon 061 639 11 11, Fax 061 631 15 82, redaktion@baz.ch / vorname.name@baz.ch

Büro Liestal: Basler Zeitung, Redgasse 17, 4410 Liestal, Telefon 061 927 13 33, Fax 061 921 28 48

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

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

Leiterin Verlag: Sabine Galindo

Leiter Werbemarkt: Beat Leuenberger

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst: Montag bis Freitag von 6.30–18 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 (inkl. Sonntagszeitung, inkl. 2,5% MWSt.): 6 Monate Fr. 245.–, 12 Monate Fr. 466.– (ab 1. März Fr. 255.–/Fr. 485.–), (Ausland auf Anfrage)

BaZ am Aeschenschplatz: Aeschenschplatz 7, Postfach 2250, 4002 Basel, Tel. 061 639 12 18, Fax 061 639 12 19, schalter@baz.ch

Schalter für Inserate und Tickets: Montag–Freitag von 8.00 Uhr–17.30 Uhr

Todesanzeigen: todesanzeigen@baz.ch, Fax 061 639 12 19, Sa/So: Fax 061 639 17 84

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

Reservationen/Technische Koordination: Reto Kyburz

Geschützte Marken: Nordwestschweizer ZEITUNG

Basler Woche

Baslerfest

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

Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG Bubenbergrasse 1, 8021 Zürich

Basler Zeitung Medien: Bekanntgabe namhafter Beteiligungen: Distriba AG, Neue Fricktaler Zeitung AG