

Nächste Haltestelle: Confiserie Leckerläggerli

Die Vermarktung Basels läuft wie geschmiert. Touristenscharen werden erwartet. Die BVB könnten nachlegen: mit Haltestellenreklame.

Tja, wir haben ein Fasnachtsmotto. Tja, es heisst «Syg wie de wottsch». Tja, wir sind begeistert. Wir sind divers*-gegendert. Wir lobpreisen sogar den Trallala-Wettbewerb ESC, denn bei der güldenen Plakette ist das Gold im verkehrten Herzform-Logo des ESC gegossen.

Und wir feiern auch noch den hundertsten Geburtstag von Jeannot Tinguely beziehungsweise dessen Schnauz und Augenbrauen auf der Steckenlaterne dieser Blagedde. Jeannot dreht sich möglicherweise im Grab um und seufzt dabei «tja». Der viel gepriesene spitze Basler Humor geht zwar anders, aber tja, wenn man es allen recht machen will, kommt halt so was dabei heraus.

Und wir wollen es ja allen recht machen. Immerhin soll 2025 das Jahr der Jahre werden. Also touristisch gesehen. Millionen von Menschen sollen nach Basel strömen, sich an all den Grossanlässen erfreuen und die Kassen klingeln lassen. Dass dabei alle mit dem Zug oder mit dem E-Auto, E-Bus, Segelschiff oder dem Segelflugzeug anreisen, versteht sich von selbst.

Und das ganze Material wird natürlich ebenfalls klimafreundlich angekarrt. Allein an die Decke der St.-Jakobs-Halle sollen für den ESC 250 Tonnen Material gehängt werden. Boah, das muss ein fetter Kronleuchter sein. 250 Tonnen, das sind schon mal rund 10 LKW-Ladungen. Also E-LKW natürlich. Damit 250 Tonnen

Nach dem Leipziger Modell würde das so klingen: «Schifflande. Café und Confiserie Sowieso.»

dividiert durch 10 E-LKW gleich Netto-null-Klima ergibt.

Verzell das doch em Fährimaa. Oder der Fährifrau oder dem Syg-wie-de-wottsch. Aber mir als Bewohner dieser Stadt die Parkkarte massiv verteuern, nur weil ich kein Klima-Mini-autöli fahre? Das nenne ich mal spitzen, grünen Basler Humor. Die neuen, nach Fahrzeuglänge gestaffelten Parkgebühren waren übrigens an den vergangenen Festtagen sogar in deutschen Medien ein Thema.

Nun ja, als BVBler sollte ich mich nicht über die Touristenströme beklagen. Wir werden wohl Sonderschichten fahren. Und Ende Jahr einen fetten Bonus kassieren. Wie? Was? Woher die Knete kommt? Werbung, Leute, Werbung!

Die deutsche Stadt Leipzig macht es vor: Die Stadt im Bundesland Sachsen macht seit geraumer Zeit nicht nur Werbung für das Auge, sondern auch für das Ohr. Die Haltestellendurchsagen werden ergänzt durch Reklame. Toll! Nach dem Leipziger Modell würde das so klingen: «Schifflande. Café und Confiserie Sowieso.» Ein bisschen trocken, was? Man könnte es ausschmücken: «Schifflande. Geniessen Sie Café und Kuchen in der Confiserie Leckerläggerli oder lassen Sie sich beim Coiffeur «Schön mit Föhn» neu stylen.» Oder: «Marktplatz. Am Elsässer-Stand gibt es erntefrischen Kopfsalat und bei den Markgräflern Äpfel im Sonderangebot.» Und so weiter, wir wollen das nicht vertiefen, es gibt genügend kreative Werbe-

fachleute. Oder Schnitzelbänglerinnen und Värslibrinzler, die die Werbebotschaft in einen Reim packen können.

Und wenn wir auch noch die Sehenswürdigkeiten ansagen würden, dann könnten die Millionen Touris die Drämmli und Busse für Stadtrundfahrten benutzen. Da bimmeln nicht nur die Trams, da scheppert die BVB-Kasse, da vibriert die ganze Stadt.

Basel wird zur Eier legenden Wollmilchsau. Tja, syy wie de wottsch.



Philipp Probst
Autor, BVB-Chauffeur
und BaZ-Kolumnist