

Meinungen und Profile

Leitartikel

Der faule Trick mit dem Klimaschutz

«Gateway Basel» nützt weder der Umwelt noch dem Ziel, die Lastwagen in Basel und der Schweiz zu reduzieren. Hingegen deutet vieles darauf hin, dass am Ende nur SBB Cargo gewinnt – und alle anderen verlieren werden.

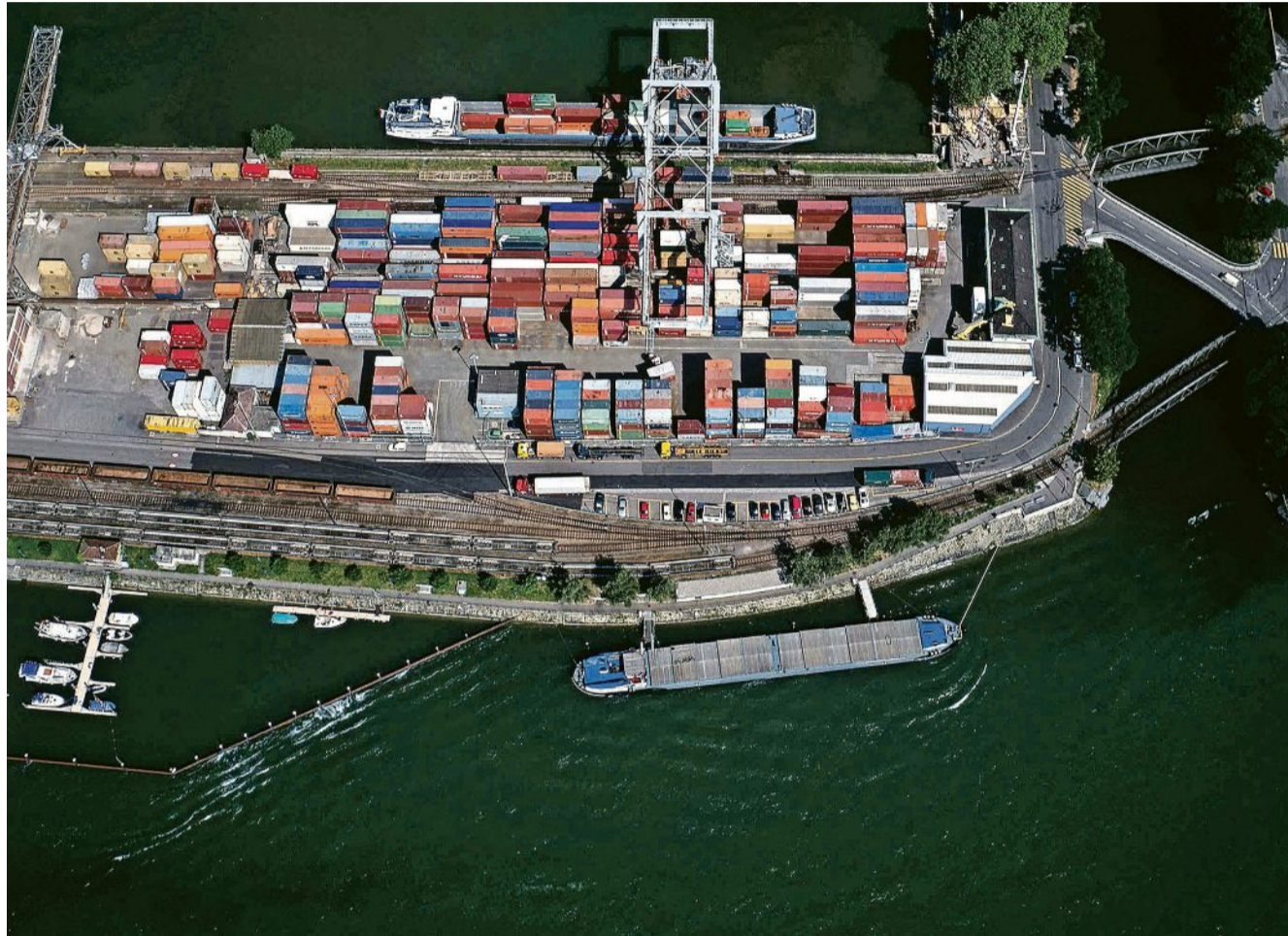
«Vielleicht wäre die Zeit nicht schlecht, Pros und Kontras sorgfältig abzuwägen» – mit diesem Satz eröffnete Noch-Regierungsrat Christoph Brutschin (SP) seine Verkaufsschrift zum Hafenbecken-3-Projekt «Gateway Basel». Der Text erschien am 30. März als Gastbeitrag in der BaZ. Brutschin ist eine der treibenden Kräfte für die politische Umsetzung dieses Projekts.

Die Argumente der Befürworter sind rasch zusammengefasst: mehr Wirtschaftlichkeit für den Hafen; mehr Klimaschutz, weil durch die Verlagerung der Container mehr Güter auf den Schienen befördert werden; die ökologische Vielfalt auf der betroffenen Fläche nördlich des Badischen Bahnhofs lässt sich ohne Probleme durch Ersatzflächen ausgleichen. Mit anderen Worten: alles ein Topgewinn für die Region und vor allem für Basel.

Leider halten die Argumente der Befürworter einer eingehenderen Prüfung nicht stand, und es zeigt sich schnell, dass Brutschin und die Mehrheit des Grossen Rats mit mindestens 150 Millionen Franken Steuergeldern den defizitären SBB Cargo, die das Projekt «Gateway Basel» lanciert haben, einen neuen Umschlagplatz bauen wollen. Und es zeigt sich auch, dass die Ersatzflächenfrage alles andere als so einfach zu regeln ist, wie dies die Befürworter weiszumachen versuchen.

Fast gebetsmühlenartig wird von den Befürwortern der Klimaschutz als Hauptargument für das Hafenprojekt «Gateway Basel» angeführt. Dazu muss man wissen: Die allermeisten der per Schiff angelieferten Container sind für den Schweizer Markt bestimmt; kaum ein Zug wird je in Basel beladen, um nach Italien zu fahren. Spediteure haben bisher darauf hingewiesen, wie unwahrscheinlich es ist, dass Logistikfirmen den längeren und teureren Weg wählen und einen Container zum Beispiel nach Winterthur oder Malers mit der Bahn transportieren. Denn die Containerempfänger wollen die Lieferung so rasch als möglich – und Zeit und Kosten sind bekanntlich treibende Faktoren. Es ist schlicht fern jeglicher wirtschaftlichen Realität zu glauben, ein Kunde warte länger und bezahle am Ende auch noch mehr für ein Produkt, nur weil ein Container mit der Bahn angeliefert wird.

Auch das Argument einer «Dekarbonisierung der Handelswege», also dass beim Transport von A nach B weniger fossile Energie verwendet werde, wie die Befürworter versprechen, klingt zwar gut, ist aber fragwürdig. Denn erstens werden die E-Lastwagen in



Mit dem Hafenbecken 3 und «Gateway Basel» soll der Standort auf der Rheininsel aufgegeben werden. Foto: ©Comet Photoshopping GmbH

Ein Umdenken in Sachen Konsum wäre effektiver als ein neues Hafenterminal.

Zukunft der Handelswege ebenfalls dekarbonisieren, zweitens ändert ein neuer Hafenumschlag nichts an der Tatsache, dass die Leute immer mehr Produkte aus immer entfernteren Weltregionen bestellen und damit den Warenverkehr ankurbeln.

Grossversandplattformen wie Amazon und Alibaba, gepaart mit der Corona-Epidemie, fördern diese Entwicklung. Ein echter Klimaschutz führt nicht über den Ausbau der Schiffshandelsrouten oder eine Investition in die Verkehrshandelswege aus Fernost. Der Handel muss wieder lokaler werden, die Transportwege kürzer. Ein Umdenken in Sachen Konsum wäre effektiver als ein neues Hafenterminal. Man könnte die 150 Millionen auch

nehmen, um das lokale Gewerbe und die lokale Produktion zu fördern.

Gerade Umweltverbände wie Greenpeace, WWF oder Pro Natura sagen, «Gateway Basel» führe gar nicht zu mehr Klimaschutz. Die Hafenbecken-3-Befürworter können nicht glaubhaft belegen, dass es tatsächlich zu einer Verlagerung der Waren auf die Schiene kommt. Das Schlagwort «Klimaschutz» ist nicht mehr als ein fauler Trick, um ein Hafenerweiterungsprojekt zu verkaufen.

Mag sein, dass SBB Cargo mit dem neuen Containerhub eine moderne Logistikkreislauf erhält und ihre Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Vergleich erhöht. Doch abgesehen davon, dass eine solche «Wirtschaftsförderung» nicht Staatsaufgabe ist: Wie geht die Geschichte auf dem übrigen Schienennetz in der Schweiz weiter? Auch dazu haben die Befürworter nie etwas gesagt.

In der Vergangenheit bauten die SBB Firmenanschlüsse zurück. Es bräuchte hier wieder einen Ausbau, der nicht gratis zu haben ist und dessen Finanzierung zu Folgeinvestitionen führt – vermutlich wieder von der öffentlichen Hand. Um die neuen Containerzüge zu

entladen, bräuchte es entlang der Schienenstrecken Mini-Umladehubs, von wo aus die Container auf Lastwagen gehievt und zum Kunden transportiert werden. Lokal dürfte das zu mehr Lastwagenverkehr führen, und die ohnehin schon prekäre Verkehrssituation würde sich weiter verschlechtern. Einsparungen sind hier sicher.

Wenn durch die Verlagerung aber nicht wie im Rahmen von «Gateway Basel» versprochen 50 Prozent der Container auf die Schiene gebracht werden (heute sind es 10 Prozent), sondern einfach mehr Güter umgeschlagen werden, so bedeutet das für Basel vor allem eines: ein deutlicher Anstieg des Lastwagenverkehrs. Gegner der Vorlage reden von 100'000 Lastwagen pro Jahr zusätzlich. Schon ein Viertel würde Klima, Strasse und Basel massiv belasten.

Während der Lancierung der Nein-Kampagne zum Hafenbecken 3 war ein Mann im Saal, der sich selber als «langjähriges SP-Mitglied» bezeichnete. Er stellte die Frage: «Warum bitte schön macht meine Partei bei einer solchen Sache mit?» und spielte auf die ökologisch wertvolle Fläche an, die für «Gateway Basel» verschwinden müsste.

Bei der Frage nach der Zukunft der ökologisch einmaligen und vom Bund geschützten Brachfläche offenbart sich die rot-grüne Doppelmoral am schonungslosesten: Einerseits will die links-grün dominierte Regierung in der Stadt möglichst viel Natur, führt einen moralisch aufgeladenen Feldzug gegen das Auto, erlässt Vorschriften, Beschränkungen und Verbote mit dem Ziel, die Stadt so grün wie möglich zu machen.

Auf der anderen Seite soll ein ökologisch wertvolles Gebiet, doppelt so gross wie der Basler Zoo, entfernt werden dürfen. Dass sogar 28 Wissenschaftler, darunter namhafte Forscher, sich in einem Manifest gegen dieses Hafenbecken-3-Projekt aussprechen und in einem dringlichen Appell zum Schutz der Biodiversität und vor allem der Insekten aufrufen, spielt offensichtlich für die Befürworter eine untergeordnete Rolle.

Brutschin prophezeite im eingangs erwähnten Gastbeitrag, die Ersatzflächenfrage sei bald gelöst – was sich als falsch herausstellt. Denn alle Vorschläge für Ersatzflächenstücke verstreut über die Region sind für die Tier- und Pflanzenarten von Basel-Nord nicht ebenbürtig. Am Ende wird die Frage, ob jene Stücke, welche die SBB händierend und mit beschönigendem Ton anbieten, tatsächlich in der Qualität als Ersatz tauglich sind, das Bundesamt für Umwelt (Bafu) beantworten müssen. Und aufgrund der Einsparungen auch die Gerichte. Entscheidet sich ein Gericht gegen die Ersatzflächen, darf das Hafenbecken 3 ohnehin nicht gebaut werden.

Die Zuversicht bleibt, dass die Bafu-Experten im Sinne der Wichtigkeit für die Artenvielfalt entscheiden und nicht für SBB Cargo und die Basler Regierung ein Gefälligkeitsgutachten erstellen. Artenvielfalt lässt sich nicht in Geldwert beziffern. Angesichts der Tatsache, dass genau solche Fortschrittsprojekte überall auf der Welt die Artenvielfalt dezimieren, bestehende Ökosysteme schwer stören und am Ende den Menschen bedrohen, der von der Erde lebt, könnte Basel tatsächlich vorbildlich sein: Durch ein Nein zum Hafenbecken 3 würde die Klimaschutzdebatte im Kanton wieder mehr Glaubwürdigkeit und Relevanz erhalten.



Mischa Hauswirth

Basler Zeitung

Gegründet 1842 (National Zeitung) und 1844 (Basler Nachrichten)

Herausgeberin. Tamedia Basler Zeitung AG

Leserschaft. 107 000 Personen inkl. Replica (MACH Basic 2020-1)

Verbreitete Auflage: 40 422 Exemplare (WEMF 2019)
Davon verkaufte Auflage inkl. Replica: 38 798

Grossauflage: Donnerstag 94 910
Jahresabonnement inkl. Sonntagszeitung für 12 Monate CHF 578.–

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. Aeschenschplatz 7, Postfach 2250, 4002 Basel, Tel. 061 639 11 11, redaktion@baz.ch / vornname.name@baz.ch

Chefredaktor. Marcel Rohr (mr)

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

Wirtschaft. Kurt Tschan (kt), Isabel Strassheim (ish)

Basel, Region, Online. Thomas Dähler, Leitung (td), Alexander Müller, Stv. und Leiter Online (amu), Jan Amsler (jam), Simon Bordier (bor), Sebastian Briellmann (sb), Martin Furrer (mfu), Lisa Groelly (lg), Thomas Gubler (Gu), Katrin Hauser (kha), Mischa Hauswirth (hws), Dominik Heitz (hei), Joël Hoffmann (jho), Nina Jecker (nj), Franziska Laur (fl), Alessandra Paone (ale), Robin Rickenbacher (ror), Dina Sambar (dis), Andrea Schuhmacher (and), Daniel Wahl (wah), Benjamin Wirth (bwi)

Sport. Oliver Gut, Leitung (olg), Fabian Löw (fal), Tobias Müller (tmü), Tilman Pauls (tip), Dominic Willimann (dw)

Kultur. Markus Wüest, Leitung (mw), Stephan Reuter, Stv. (sr), Simon Bordier (bor), Nick Joyce (nj), Julia Konstantinidis (juk), Raphaela Portmann (rap)

Kolumnisten. Marco Chiudinelli, Christoph Eymann, Anita Fetz, Barbara Gutzwiller, Hans-Peter Hammel (-minu),

Martin Hicklin, Markus Melzi, Karl Odermatt, Philipp Probst, Christine Richard, Roland Stark, Marc Surer, Raphael Suter, Patrick Tschan

Leitung Tamedia Editorial Services. Viviane Joyce-Laissee, Leitung (vj), Raphael Diethelm, Stv., Martin Haslebacher

Produktion. Lukas Lampart, Leitung (lam), Tatiana Grouso, Stv. (tgr), Julia Gisi (jug), Marie-Lou Laissee (ml), Lesley Paganetti (lp), Stephan Reuter (sr)

Gestaltung. Nino Angiuli, Stephan Havasi

Fotografen. 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/Schwarzrubenland. Basler Zeitung AG, Postfach, 4245 Kleinlützel, Tel. 061 639 11 11

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 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. 300.–, 12 Monate Fr. 578.– (Ausland auf Anfrage)

Leiter Werbemarkt. Damian Fischer

Inserate. Goldbach Publishing AG, Werderstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich

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. inserate@baz.ch, Tel. 061 639 12 18

Druck. DZB Druckzentrum Bern AG, Zentweg 7, 3006 Bern

Tamedia Basler Zeitung AG. Bekanntgabe namhafter Beteiligungen: Neue Fricktaler Zeitung AG, Presse TV

Geschützte Marken.

Nordwestschweizer
ZEITUNG

Basler Woche

Ombudsmann Ignaz Staub,
Postfach 837, CH-6330 Cham 1,
ombudsmann.tamedia@bluwin.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 Trägermittels 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 so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägermittels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet.
Beide Werbemittel werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbemittel oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Ein Angebot von Tamedia