



Raumdeutung

# Schwarze Löcher

Die Schweizer Raumplanung beherrscht die logistische Optimierung. Aber was ist mit der grossen Vision?

Von Philip Ursprung, 11.09.2018

Die Schweiz hat ein neues ambitioniertes Bauprojekt. Es heisst Cargo Sous Terrain und folgt dem Motto «Menschen oberirdisch – Güter unterirdisch». Damit der Stau auf den Strassen nicht weiter anwächst, soll der Frachtverkehr unter den Boden verlegt werden. Ab 2030 sollen automatische Wagen auf Schienen mit 30 Kilometern pro Stunde Fracht zwischen den Verteilzentren und den Städten bewegen. Eilige Pakete sollen auf einer Pakethängebahn in den Tunneln bewegt werden.

Das unterirdische Netz soll auf die rasant wachsende Nachfrage nach Onlinebestellungen reagieren und das Strassennetz entlasten. Ab 2030 soll das Projekt zwischen dem Logistikhub in Härkingen SO und Zürich starten, später soll es um weitere Strecken ergänzt werden. Der Bundesrat steht dem Vorhaben wohlwollend gegenüber. Die Kantone Solothurn und Aargau, durch die der Tunnel zuerst führen soll, halten sich bedeckt.

Auf den ersten Blick scheint es, als ob die Planer aus der Geschichte gelernt hätten. In den 1970er-Jahren entstanden die Pläne für die «Swissmetro». Passagiere sollten in Magnetschwebbahnen durch Vakuumtunnels mit 500 Stundenkilometern zwischen Bodensee und Genfersee hin- und herjagen, während Güter überirdisch hätten befördert werden sollen. Die Reisenden wären blitzschnell von Zürich nach Bern gelangt, allerdings in völligem Dunkel, zu astronomischen Preisen und in Vehikeln, die mit keinem anderen System hätten verbunden werden können. 2009 wurde das Vorhaben aufgegeben. Damals existierte bekanntlich bereits eine andere Baustelle, nämlich das «Jahrtausendprojekt» des Gotthard-Basistunnels. Nun standen die Güter im Vordergrund, denn eine flache Bahnverbindung erlaubt schwerere und schnellere Frachtzüge. Die Passagiere hingegen sit-

zen seit Ende 2016 auf dem schönsten Teil der Strecke von Norden nach Süden und umgekehrt im Dunkeln.

Aus der Sicht der Zeitökonomie ist der Gewinn von einigen Minuten, den der Basistunnel einbringt, vernachlässigbar, weil die internationalen Fahrzeiten sich fast nicht verändern. Ohnehin sind nur wenige Menschen betroffen. Gemäss der Grafik «Passagierfrequenzen im Schienenverkehr» der SBB fliesst zwischen Ost und West ein breiter Strom an Fahrgästen, während auf der Nord-Süd-Achse nur ein bescheidenes Rinnsal tröpfelt.

Aus der Perspektive der Aufmerksamkeitsökonomie hingegen ist der Verlust immens. Tag für Tag entgeht den Reisenden das unvergleichliche ästhetische Erlebnis der Kehrtunnel durch den Gotthard, seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert eine Quelle von Sinneseindrücken und schönen Erinnerungen. Kein Funpark kann diese Vielfalt an Eindrücken aufwiegen, die Erfahrungen von Fliehkraft, von wechselnden Geräuschen, Gerüchen und Lichteffekten und natürlich die Aussicht auf die spektakuläre Gebirgslandschaft.

Wer je Zeuge des Rituals war, wie ein Patenonkel dem Patenkind mit der Pendelbewegung eines Militärtaschenmessers die Kehrtunnel zu demonstrieren versuchte, hatte für einen Moment den Eindruck, so etwas wie dem Herzschlag eidgenössischer Identität zu lauschen. Selbst Teenager pflegten beim ersten Blick auf die Kirche Wassen jeweils kurz von ihren Displays aufzusehen. Mit einem Federstrich haben die Planer den Genuss der schönsten Eisenbahnfahrt Europas aus dem Verkehr gezogen. Genauso gut könnte man den Gipfel des Matterhorns um 500 Meter verkürzen, damit der Aufstieg schneller und sicherer geht.

In Deutschland und in Frankreich ist Bahnfahren ein Alptraum. Fährt ein deutscher Zug pünktlich los, gibt es spontanen Applaus. Wer in Frankreich anderswohin als nach Paris fahren möchte, muss das Auto nehmen. Zu Recht beneiden die Nachbarländer die Schweizer Eisenbahnplanung, die statt auf einige wenige Hochgeschwindigkeitsstrecken auf ein zuverlässiges Netz von Verbindungen im Taktfahrplan setzt.

Für den Gotthard-Basistunnel hingegen fehlt die Begeisterung. Er war als Herzstück für den europäischen Güterverkehr von Norden nach Süden geplant. Dass im November 1989 die Berliner Mauer fallen würde und damit die europäischen Transitbewegungen nicht mehr von Norden nach Süden, sondern von Osten nach Westen gehen würden, konnte der Bundesrat beim Entscheid für die Neat im Mai 1989 nicht wissen. Aber aus europäischer Perspektive gesehen, geht die Transitachse in die falsche Richtung. Entsprechend viel Zeit lassen sich Deutschland und Italien mit dem Ausbau ihrer Schienennetze in Richtung Schweiz.

Cargo Sous Terrain lässt die Menschen zwar über der Erde. Aber das Konzept des Projekts hat sehr eng gesteckte Ziele. Zu den Trägern gehören neben SBB Cargo, SAP und der Post auch die Migros und Coop, also jene Unternehmen, die den Konsum in der Schweiz quasi monopolisieren. Eine noch reibungslosere Logistik hin zu den Konsumenten würde es ihnen möglicherweise erleichtern, teure Ladenflächen in den Innenstädten aufzugeben. Aber damit würden sie auch den letzten Überbleibseln des Einkaufserlebnisses, nämlich dem Genuss, auf den Markt zu gehen, den Garaus machen und auch diejenigen dazu bringen, nach Konstanz einkaufen zu fahren, die derzeit wegen der Staus im Grenzgebiet noch zögern.

«Wer plant die Planung?» heisst ein Buchtitel des Soziologen Lucius Burckhardt (1925–2003). Seine Frage ist nach wie vor aktuell. Die Zukunftspla-

nung, die Utopie, die Vision, wie immer man dies nennen möchte, findet in der Schweiz im Bereich von logistischen Optimierungen statt, also von kleinen Anpassungen des bereits Bestehenden. Nicht die Antwort auf drängende Fragen wie beispielsweise diejenige der Zukunft der Berglandschaft nach dem Verschwinden von Gletschern und Schnee beschäftigt die Gemüter, sondern das reibungslose Versenden und Retournieren von Bestellungen.

Die Fixierung auf das Detail lässt den Horizont aus den Augen, die Ressourcen an Erlebnissen, Affekten, Erinnerungen, Begegnungen. Sie lassen sich nicht in Minuten und Tonnen messen, aber durchaus in Geld. Denn sie gehören – was die Pioniere der Gotthardbahn durchaus wussten – zu den Triebkräften der Tourismusindustrie, dessen, was das Marketing «Standortattraktivität» nennt, und natürlich zur Lebensqualität. Der Tunnelblick ist nicht mehr zeitgemäss.

Illustration: Michela Buttignol

---

### **Zum Autor**

Philip Ursprung ist Professor für Kunst- und Architekturgeschichte und Vorsteher des Departements Architektur der ETH Zürich.

---

### **Unser Feuilleton ist da. Und jetzt sind Sie dran!**

Was wünschen Sie sich von unserem Feuilleton? Welche Themen fehlen Ihnen anderswo? Was sollen wir bleiben lassen? [Hier gehts zum Feedback an die Feuilleton-Redaktion.](#)