Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 92 (2005)
Heft: 6: Beliebte Orte = Lieux prisés = Popular places

Artikel: Beliebte Orte : ein soziologischer Blick auf angeeignete Räume
Autor: Mäder, Ueli
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-68468

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Beliebte Orte

Ein soziologischer Blick auf angeeignete Räume

Text: Ueli Mäder, Bilder: Peter Jesse Ein Ort ist ein Teil der Erdoberfläche, der einen konkreten Namen hat. Als benennbarer Platz markiert er, wie Physiker Albert Einstein feststellte, eine örtliche Stelle. Dieser kommt, über die Wahrnehmung und Erinnerung, auch eine zeitliche Dimension zu. Beliebte Orte sind angeeignete Orte. In ihnen scheint das Eigene unverwechselbar aufgehoben zu sein.

Die Soziologie entdeckt den Raum neu. Ein Grund sind regionale und soziale Ungleichheiten. Pierre Bourdieu beschreibt im «Elend der Welt» (1997), wie periphere Banlieues die Zentren kontrastieren. Der soziale Raum basiert als Raum der Beziehungen auf dem physikalischen Raum. Räume lokalisieren sich an Orten. Und Orte werden, wenn ihnen soziologische Relevanz zugesprochen wird, wie Räume behandelt. Die Konstitution von Raum bringt Orte hervor, so wie Orte die Entstehung von Raum erst ermöglichen.

Die Lesegesellschaft, z.B.

Nach einem ihrer beliebten Orte gefragt, berichtete mir Susann Geiger von ihrem Gang zur «Läsi», der Lesegesellschaft. Das ist für sie, beim Münsterplatz gelegen, der schönste Ort in Basel. Susann Geiger lebt allein in ihrem Haus. Sie hat sich nach und nach ihr Alltagsleben ihrem Alter entsprechend eingerichtet – mit «Zeit nehmen» und «in Ruhe machen». Mindestens einmal pro Woche geht sie in die Lesegesellschaft. Jedesmal steht sie einen Augenblick still, wenn sie vor dem Platz die einmalige Schönheit tief in sich aufnimmt. Dann geht sie dem Münster entlang zur «Läsi», steigt durchs alte Treppenhaus hinauf in den Lesesaal. Dort nimmt sie eine Zeitung, eine der vielen Illustrierten oder eine Neuerscheinung des Büchermarktes zur Hand, setzt sich an einen Fensterplatz und liest. Nach einer Weile schweift ihr Blick vom Buch auf den Rhein hinunter. Sie schaut der Münsterfähre zu, den Möwen, dem heranstampfenden Schlepper und wendet sich wieder der Lektüre zu. In dieser einzigartigen Atmosphäre fühlt sie sich wie verzaubert und wundert sich, dass es einen so schönen Ort überhaupt gibt. Jedesmal geht sie ganz beglückt von der Stille des Lesesaales in die belebte, lärmige Freie Strasse hinunter – aufs Tram und wieder heim. «Etwas vom Schönsten, das ich mit den Jahren erfahren durfte», so Susann Geiger, «ist die Erfahrung, dass im Alter das Geniessen eines schönen Anblickes zunimmt und nicht abnimmt. Einmal sagte jemand zu mir, wie ich so auf den ruhig dahinfliessenden Rhein hinunterschaute: ‹Man könnte stundenlang zuschauen, wenn man Zeit hätte.› Und ich habe Zeit.»

Der beliebte Ort von Susann Geiger liegt in schöner Umgebung. Dieser Vorteil erhöht die Chance, ein beliebter Ort zu sein, genügt aber nicht. Die Lage ist erst dann günstig, wenn der Ort auch gut erreichbar ist. Wichtig ist zudem, was am Ort geschieht und möglich ist. Susann Geiger schmökert gerne in Büchern. Ohne diese Vorliebe würde sie «d'Läsi» kaum aufsuchen.

Andere Leute ziehen die Freie Strasse vor. Diese führt vom Bankenplatz zum Marktplatz. Das Zentrum der Stadt hat mit dem Rathaus und den vielen Kaufhäusern (nicht nur in Basel) eine hohe Anziehungskraft. Attraktiv sind die Lage, die Gestaltung, das Geschehen und die symbolische Bedeutung, für die sich die Soziologie besonders interessiert.

Symbolische Expressivität

Zentren prägen und definieren die Städte. Fast jede Stadt hat ein Zentrum. Das Herz der Stadt strukturiert als Ort symbolischer Expressivität das gesellschaftliche Leben mit. Städtische Zentren repräsentieren gesell-

Freie Strasse, Basel

schaftliche Werte. Sie dokumentieren ein geschichtliches und ein kulturelles Gedächtnis, führen unzählige Menschen zusammen und laden je nach Ausstattung dazu ein, sich mehr oder weniger konsumistisch zu verhalten.

Orte prägen soziale Verhaltensweisen und Beziehungen. Und umgekehrt. Soziale Verhaltensweisen und Beziehungen prägen Orte. Wir eignen uns die Orte an. Wenn viele am selben Ort zusammen kommen, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen, entsteht eine hohe Aufenthalts- und Ereignisdichte. Susann Geiger meidet heute die selben Orte mit hoher Verhaltens- und Ereignisdichte, die sie, wie die Freie Strasse, früher mochte. Vor Ladenschluss kommt hier mehr Hektik auf, obwohl dann weniger Leute einkaufen als zu andern Zeiten. Dann drängeln die Leute hastig aneinander vorbei. An Samstagen fliesst der Einkaufsstrom relativ ruhig. Die Leute schlendern gemütlich daher, bleiben vor den Strassenmusizierenden stehen, hören ihnen zu, klauben eine Münze aus der Tasche und werfen sie mit anerkennender Geste oder leicht verschämt ins Körbchen.

Feine Unterschiede

Was einen beliebten Ort ausmacht, hat etwas mit mir, meiner eigenen Stimmung und mit der Zeit zu tun, wann ich einen Ort aufsuche. In der Soziologie sprechen wir von der Disposition, die den Habitus prägt.

Lesegesellschaft, Basel

Dabei interessieren die feinen Unterschiede. Sie hängen von der sozialen Herkunft und der Ausstattung mit Ressourcen ab. Sie entscheiden mit, welche Position wir im sozialen Raum einnehmen. Der französische Soziologe Pierre Bourdieu, der vor drei Jahren gestorben ist, unterschied zwischen ökonomischem Kapital (Geld), sozialem Kapital (Beziehungen) und kulturellem Kapital (Ausbildung). Die Verfügung über die Kapitalsorten bestimmt die Anordnung der Menschen im sozialen Raum. Mit einem dicken Portemonnaie gehen wir anders in ein Einkaufsgeschäft als mit einem dünnen. Dass das liebe Geld nicht alles ist, zeigt das Beispiel einer sozial benachteiligten Frau. Sie erzählte mir kürzlich, wie sie das Flanieren in der Freien Strasse auch mit wenig Geld geniesse. Sie könne stundenlang «lädele», ohne einen Rappen auszugeben. Und wenn sie mal ein T-Shirt entdecke, das nur fünf Franken koste, sei sie überglücklich. Wichtig sind ihr die Atmosphäre und die Leute, die sie gerne beobachtet.

Die meisten Leute kommen, wenn die Läden öffnen. Das Verkaufspersonal ist schon etwas früher da, der bettflüchtige Jogger mit dem violetten Stirnband noch früher. Er läuft bereits morgens um sechs Uhr durch die Freie Strasse. Andere geniessen dann die Nestwärme unter der Daunendecke und können sich keinen beliebteren Ort vorstellen als ihr Bett.

Subjektive Wahrnehmung

Das Beispiel von Susann Geiger dokumentiert, wie sich persönliche Einstellungen mit der Zeit ändern. Das subjektive Empfinden beeinflusst, was ein beliebter Ort ist. Der zeitliche und örtliche Wandel prägen die sinnliche Wahrnehmung. Wichtig sind sowohl der Ort des Geschehens als auch der Ort unserer Herkunft.

Hamidou Kane stammt beispielsweise aus dem Senegal. Das kennzeichnet seine Sicht. Der Afrikanische Schriftsteller nimmt Paris anders wahr als sein Schweizerischer Berufskollege Peter Bichsel. «Man spürt nicht mehr den tiefen Grund der Zeit und ihr langsames Fliessen», schreibt Hamidou Kane über seinen ersten Besuch in der Europäischen Metropole. Und, etwas zusammengefasst: Die Zeiten sind durch ihr mechanisches Ineinandergreifen fest gezurrt, die Strassen nackt. Man begegnet Dingen aus Fleisch, Gegenständen aus Metall und Ereignissen. In ihrer Abfolge füllen sie die Zeit, so wie die Autos die Strassen verstopfen. Peter Bichsel betrachtet die gleiche Stadt aus anderer Perspektive. Er berichtet in seinem Buch «Zur Stadt Paris» (Suhrkamp 1997) von einer Putzfrau, einem Rosenliebhaber und einem Erzähler auf dem Markt. Er erinnert auch an ein Warenhaus im Emmental, das «Zur Stadt Paris» hiess. Die Stadt wirkt auf ihn anders als auf Hamidou Kane.

Konstruierte Realitäten

Inwiefern räumliche Konfigurationen das menschliche Gefüge mitgestalten oder bloss ermöglichen, thematisierte Soziologe Georg Simmel vor bald hundert Jahren in seiner Schrift «Der Raum und die räumliche Ordnung der Gesellschaft» (1908). Mit der stets abstrakteren Vergesellschaftung und der zunehmenden Bedeutung von Geld und Recht scheint der Raum an ordnender Funktion zu verlieren. An Bedeutung gewinnen Konstruktionen von Realitäten, die zwar kaum ursächlich eruierbar, aber als Erinnerungen stets ortsbezogen sind. Das Gedächtnis orientiert sich, wie der 1945 in Buchenwald ermordete Soziologe Maurice Halbwachs feststellte, stets an Orten, auch wenn diese nicht mehr existieren oder nie so existiert haben wie erinnert. Wird irgendwo eine bedeutende Mauer eingerissen, bleibt sie als Ort der Erinnerung erhalten.

Von alten Menschen habe ich erfahren, wie Basel vor sechzig Jahren ausserhalb der Stadtmauern beim Spalentor aussah. Seither kann ich mir innerlich vor Augen führen, was ich selbst nie erblickte. Andere Orte, an denen ich mich einst befand, sehe ich heute immer noch ähnlich wie früher, obwohl sie sich verändert haben. Im Basler «Lohnhof», in dem sich heute ein Hotel befindet, übernachtete ich mehrmals, als der Lohnhof noch ein Gefängnis war. In meinem Gedächtnis haftet deshalb der alte «Lohnhof» immer noch als unbeliebter Ort. Das sorgfältig renovierte Gebäude erinnert mich weiterhin an das Gefängnis.

Flüchtige Orte

Gustave-Nicolas Fischer beschrieb in «La Psychologie de l'espace» (Paris 1981), was beliebte und unbeliebte Orte unterscheidet. Unbeliebte Orte sind abgelehnte Orte ohne Erneuerung. Beliebte Orte sind akzeptierte Orte, die sich mit Symbolen des Wohlbefindens identifizieren lassen. Sie ermöglichen es uns, Autonomie zu erleben und aus alltäglichen Zwängen auszubrechen. Dabei besteht die Gefahr, gängige Muster zu wiederholen, um bloss den Schein der Freiheit zu wahren. So orientiert sich die normierte Freizeit, die uns Glück bescheren soll, an typischen Mechanismen der Arbeitswelt, von denen sie sich eigentlich absetzen wollte. Soziologe Manuel Castells, der während Francos Diktatur aus Spanien fliehen musste, unterscheidet nebst privilegierten und peripheren Orten auch flüchtige Orte, die zur Oberflächlichkeit verleiten. In seinem Buch über das elektronische «Informationszeitalter» (2004) führt er aus, wie flüchtige Orte im Kontext der Globalisierung an Bedeutung gewinnen und das Verhalten in der Erlebnisgesellschaft prägen. Der flexible Mensch muss mobil sein und Kontinuität verabschieden. Die fragmentierte Lebenswelt strapaziert jedoch die Dehnfestigkeit von Individuen und Familien. Das propagierte marktgerechte Menschenbild strebt eine Konsumkultur an, die Menschen nach der Kaufkraft beurteilt.

Unzählige Reisende aus westlichen Industrieländern suchen beispielsweise Wärme in der Ferne. Sie erschliessen sich südliche Destinationen als flüchtige Orte. Beliebte Orte in armen Ländern verkommen so zum Therapieraum für industriegeschädigte Gäste aus den reichen Zentren. Wenn privilegierte und periphere Orte aufeinander treffen, bleibt die viel gepriesene Kulturverständigung von beschränkter Reichweite. Wir reisen von einem beliebten Ort zum andern, ohne anzukommen. «Die vielen Dinge machen den Papalagi arm», sagt der Polynesier Tuiavii über den europäischen Gast. Und, leicht verkürzt: Weil er so arm ist, greift er nach den Dingen, sammelt sie, wie der Narr welke Blätter sammelt. Es ist eine grosse Armut, wenn der Mensch viele Dinge braucht; denn er beweist damit, dass er arm ist an Dingen des Geistes.

Wir jagen immer schneller, immer weiter, immer mehr in ungebremster Wachstums- und Steigerungsdynamik den selbst entworfenen Möglichkeiten nach. So skizzierte der St. Galler Soziologe Peter Gross die «Multioptionsgesellschaft» (1994). Wirtschaft und Technik setzen Menschen in Bewegung. Sie rufen dauernde Unruhe hervor. Die verdichtete Zeit bedrückt und treibt uns. Sie bindet und entfesselt Energie. Wer nicht mithält, ist out. Wir fürchten ständig, etwas zu verpassen. Aber wir müssen nicht alles tun, was wir tun können. Statt von einem Ort zum andern aufzubrechen, ist es auch möglich, länger an einem beliebten Ort zu verweilen. Offenbar gibt es sogar viele Menschen, die sich mehr Ruhe gönnen möchten. Soziologisch interessiert, wie diese Gegenläufigkeit zustande kommt.

Neue Identität

Zwangsgeborgenheiten und enge Kontrollen prägen ländliche Dorfgemeinden. Das war und ist für etliche Menschen ein Grund, in die Anonymität städtischer Agglomerationen aufzubrechen. Sie suchen ihre Freiheit in sachlich-distanzierten Beziehungen. Doch diese erweisen sich auch als recht brüchig und kühl. Das fördert allerdings da und dort die Bereitschaft, wieder soziale Verbindlichkeiten einzugehen, und zwar frei gewählt. Das kann eine Chance sein. Neue Komplexitäten erfordern Differenzierungen, die plurale Strukturen berücksichtigen. Alte Identitätskonzepte gehen von relativ homogenen Sozialstrukturen aus. Sie sehen eine deckungsgleiche Übereinstimmung von Anspruch und Wirklichkeit vor. Heute ist es jedoch unabdingbar, Identitäten zu entwickeln, die Widersprüche zulassen und in der Lage sind, offen mit Ambivalenzen umzugehen, ohne alles offen zu lassen oder beliebig zu relativieren. Neue Identitäten orientieren sich an vielfältigen Realitäten. Sie entsagen jener bedrückenden Enge, die recht gemütlich wirkt. Der rasche soziale Wandel beinhaltet aber auch die Gefahr, Menschen so zu verunsichern, dass sie sich wieder stärker rückwärts orientieren und Halt in ausgrenzenden Gemeinschaften suchen.

In Basel gehört das Fussballstadion St. Jakob, das auch meine zweite Heimat ist, zu den beliebtesten Orten. Wer am Wochenende die hinteren Spielfelder der Anlage besucht, erlebt hier vielfältige Multi-Kulturalität. Ich würde diesem Teil des Stadions am liebsten den Basler Kulturpreis verleihen. Attraktiver ist jedoch der Hauptplatz. Da befinden sich auch die vielen Tribüneplätze. Sie sind bei Nationalligaspielen meistens ausverkauft, aber nicht nur, weil der FC Basel gut Fussball spielt. Viele Fans erleben durch die Zugehörigkeit zur Masse ein Gefühl von Macht. Das Stadion bietet ihnen die Möglichkeit, Aggressionen auszuleben. Ein wenig Radau gehört zum Spektakel. Gemässigtes Dampfablassen wird toleriert. Im kommerzialisierten Wettkampf geht es um Geld, Prestige und mehr. Fans lieben die «Kuhstallwärme der Gemeinschaft», die auch von der Ausgrenzung anderer lebt. Einzelne Stars bieten sich als Projektionsfläche an. Sie werden idealisiert und harsch kritisiert. Das Stadion dient als Ventil. Die Teilhabe am sportlichen Erfolg wertet den gewöhnlichen Alltag auf. Was das «Joggeli» zu einem beliebten Ort macht, hat also vielfältige Gründe. Es geht unter anderem um Sieg und Niederlage. Dieses Muster ist uns seit Kindesalter vertraut. Wir erfahren oft, wie wir von vermeintlichen Schwächen anderer profitieren. Im Stadion sehen wir jedenfalls nicht nur spektakuläre Torszenen. Wir werden auch gesehen. Das schmeichelt unserer Eitelkeit. Wer sich von der Abhängigkeit von Äusserlichkeiten etwas emanzipieren will, schaut am besten ab und zu in die Sterne. Die Distanz relativiert, was flüchtige Orte beliebt macht und uns leben lässt, als ob wir nie sterben müssten. Sie lässt uns auch fragen: Was verliere ich, wenn ich nicht gewinne?

In das St. Jakob-Stadion ist auch ein Altersheim integriert. Je nach Sitzplatz können wir sehen, wie einzelne Heiminsassen von einer Extra-Loge aus das Spiel verfolgen. Das Heim und die alten Menschen erinnern daran, dass uns einst der unbeliebte Ort eines Friedhofs erwartet. Der Weg dorthin ist unausweichlich. Mit diesem Ziel vor Augen könnten wir ruhig etwas gelassener leben und länger an beliebten Orten verweilen. Der Musiker Pablo Casals sagt: «Ich bin jetzt über 93 Jahre alt, also nicht gerade jung, jedenfalls nicht mehr so jung, wie ich mit neunzig war. Aber Alter ist überhaupt etwas Relatives. Wenn man weiter arbeitet und empfänglich bleibt für die Schönheit der Welt, die uns umgibt, dann entdeckt man, dass Alter nicht notwendigerweise Altern bedeutet, wenigstens nicht Altern im landläufigen Sinne. Ich empfinde heute viele Dinge intensiver als je zuvor, und das Leben fasziniert mich immer mehr.» ■

Ueli Mäder ist Professor für Soziologie an der Universität Basel wie auch an der Hochschule für Pädagogik und soziale Arbeit beider Basel.

Lieux prisés – *un regard sociologique sur des espaces appropriés* Des lieux prisés sont des lieux que le public s'approprie. Ce qui leur est propre semble annihilé. Le fait qu'un lieu soit apprécié est en rapport avec moi, mon état d'âme et le moment où je m'y rends. En sociologie, l'on parle de la disposition qui détermine l'habitus. Ce sont des différences fines qui nous intéressent ici. Elles dépendent de l'origine sociale et des ressources dont nous disposons. La perception subjective influence le fait qu'un lieu est apprécié, le changement temporel et spatial détermine la perception sensorielle. Alors que les uns cherchent le calme de la «Société de lecture» bâloise et sa situation privilégiée, les autres préfèrent l'animation de la rue.

Un lieu aura d'autant plus de chance d'être apprécié qu'il bénéficie d'un environnement agréable, d'une situation favorable et d'un accès aisé. Ce qui se passe dans un endroit et les possibilités qu'il recèle sont également importants. D'après Gustave-Nicolas Fischer (La Psychosociologie de l'espace, Paris 1981) des endroits pas appréciés sont des endroits que le public rejette, qui ne se renouvellent pas, des endroits appréciés sont en revanche des endroits acceptés que l'on peut identifier avec des symboles du bien-être. Ils permettent de vivre l'autonomie et d'échapper aux contraintes du quotidien. Le danger serait ici de répéter des modèles pour ne garder que l'apparence de la liberté. Ainsi la liberté normée qui devrait nous apporter le bonheur fait référence à des mécanismes typiques du monde du travail, des mécanismes dont elle voulait au fond se distancer. Par exemple, d'innombrables voyageurs des pays occidentaux vont chercher la chaleur dans des pays lointains. Ils perçoivent les destinations méridionales comme des lieux de fuite. Des lieux appréciés dans des

pays pauvres sont ainsi dégradés en espaces thérapeutiques pour des hôtes blessés venus des pays riches. Nous voyageons d'un lieu apprécié à un autre sans parvenir à destination.

À Bâle, le stade de football de Saint-Jacques compte parmi les lieux les plus appréciés. Celui qui visite les terrains de jeu secondaires en fin de semaine y découvre une multi-culturalité à multiples facettes. Il mériterait le prix culturel bâlois. Mais le terrain principal est plus attractif. Par leur appartenance à la masse, de nombreux supporters font l'expérience d' un sentiment de puissance. Le stade offre la possibilité de vivre leur agressivité. La compétition commercialisée a pour enjeu l'argent, le prestige et d'autres choses encore. Les supporters aiment la «chaleur de l'étable communautaire» qui fonctionne aussi sur l'exclusion des autres. Le stade sert de ventile et le fait de participer au succès sportif valorise le quotidien. C'est pour de nombreuses raisons que le «Joggeli» est un lieu apprécié. ■

Popular places – *a sociological look at appropriated spaces* Popular places are appropriated places. In them, any individual character appears to be unmistakeably accommodated. What makes a place popular has something to do with me, with my own mood, and with the time that I visit the place. In sociology, we speak of the disposition that moulds the habit, whereby it is the subtle differences that are most interesting. They depend on the social background and the furnishing with resources. Subjective perception has an influence on whether a place is popular, and the temporal and local changes affect our sensory perception. While one person may seek the quietness of the Basel reading society and its elevated position, others prefer to immerse themselves in the turbulence of the open street.

An attractive environment increases a place's chance of becoming popular, as does a convenient, easily accessible location. What happens in the place, and what is possible, is also important. According to Gustave-Nicolas Fischer (La Psychologie de l'espace, Paris 1981), whereas unpopular places are rejected, stagnant places, popular places are accepted places that can be identified with the symbols of well-being. They enable us to experience autonomy and to break away from everyday constraints. There is always a danger of repeating common patterns simply in order to preserve the appearance of freedom. Thus, for example, standardised leisure that is supposed to make us happy is orientated towards the typical mechanisms of the world of work from which it really wants to get away. Innumerable travellers from western industrial countries seek the warmth of southern destinations in far-away places. Popular places in poor countries degenerate into therapeutic venues for industrially damaged guests from wealthy centres. We travel from one popular place to another – without arriving.

In Basel, the St. Jakob football stadium is one of the most popular places. Anyone who pays a weekend visit to the rear playing fields will experience an abundant multi-cultural environment that would deserve the Basel Culture Award. However, even more attractive is the main space, for here the fans experience a feeling of power brought about by the sense of belonging to the masses. The stadium gives them the chance of working off their aggressions. The commercialised competition is all about money and prestige – and more. Fans love the "cow-shed warmth of the community", in which the exclusion of others also plays a part. The stadium serves as an outlet, and participation in the success of the players enhances ordinary everyday life. There are plenty of reasons why the "Joggeli", as the stadium is affectionately known, is a popular place. ■

St. Jakob-Stadion, Basel