

«Weiss auf Rot – United Colours of Switzerland»



**Didaktische Unterlagen
Sekundarstufen I und II**

Inhaltsverzeichnis

Teil für die Lehrpersonen

Einleitung	3
Rundgang durch die Ausstellung	4
Situationsplan der Ausstellung	10
Intentionen	11
Zu den einzelnen Aufgaben	11
Lösungen zu «Weiss auf Rot – Der Selbsttest»	15
Lösungen zu «Das Kreuz mit dem Kreuz»	18
Zur Aufgabe «Milch Lait Latte»	24
Lösungen zum Kreuzworträtsel	30
Anhang: Woher kommt das Schweizer Kreuz?	31
Zur Begleitpublikation «Weiss auf Rot – Das Schweizer Kreuz zwischen nationaler Identität und Corporate Identity»	33

Teil für die Schüler/innen

Weiss auf Rot – Der Selbsttest	12
Das Kreuz mit dem Kreuz	16
Ein neues Wappen für die Schweiz	21
Milch Lait Latte	23
«Guten Tag. Darf ich Ihnen ein paar Fragen rund ums Schweizer Kreuz stellen?»	27
Kreuzworträtsel	29

«Weiss auf Rot – United Colours of Switzerland»

Das Schweizer Kreuz taucht im In- und Ausland seit einigen Jahren immer häufiger und in immer neuen Zusammenhängen auf. Wappen und Swissness werden zunehmend trendig. Das Museum für Kommunikation fragt in seiner Sonderausstellung «Weiss auf Rot – United Colours of Switzerland» nach der Bedeutung und den Hintergründen dieser erstaunlichen Wandlung des schweizerischen Hoheitszeichens. Die Ausstellung zeigt die Felder, in denen diese Wandlung sichtbar wird oder das Schweizer Kreuz neu auftaucht. Schauplatz der Ausstellung ist eine inszenierte Shopping-Mall mit ihrer Mischung aus Konsum und Unterhaltung.

Neue Karriere eines Staatseblems

Das Schweizer Kreuz hat Hochkonjunktur. Während die einstigen Bundesbetriebe (Post, Swisscom, SBB) das Symbol Schritt für Schritt abstrahieren oder gar abschaffen, scheinen in der Wirtschaft und im Sport der Verwertung des Schweizer Wappens keine Grenzen mehr gesetzt. Die Fangemeinde des Schweizer Sports pulsiert in Rot und Weiss. Unternehmen entdecken das weisse Kreuz im roten Feld und die Bezeichnung «Swiss» als Imageträger und Herkunftsbezeichnung, bauen sie als Wort- oder Bildmarke in ihr Logo ein und verkaufen damit sogar Produkte, die im Ausland produziert werden. Mittlerweile haben es sich auch die Konsumentinnen und Konsumenten zu Eigen gemacht und tragen es als dekoratives Element auf unzähligen Modeartikeln zur Schau. Das Verhältnis der Schweizer/innen zu ihrem Wappen hat sich offensichtlich entkrampft. Swissness erfreut sich im In- aber auch im Ausland wachsender Beliebtheit. Die Bedeutung des Schweizer Kreuzes und des Qualitätsbegriffs «Swiss made» aber wird immer verschwommener.

Zur Einleitung einige Fragen an Sie und Ihre Schüler/innen

Was ist für Sie das Schweizer Kreuz: Ein Logo? Ein Symbol nationaler Zugehörigkeit? Ein Hoheitszeichen und Staatswappen? Eine Herkunftsbezeichnung? Ein Zeichen für schweizerische Werte wie Präzision, Qualität...? Ein Zeichen für die Schweiz der Schwinger, Alpaufzüge und des Matterhorns? Alles zusammen? Was gewichten Sie am stärksten?

Finden Sie es gut, das Hoheitszeichen für «Produkte» zu brauchen? Steht das nur öffentlichen Unternehmen zu?

Trauen Sie einem Produkt eher, wenn es ein Schweizer Kreuz darauf hat? Warum? Denken Sie, dass viele mit dem Schweizer Kreuz nur Manipulation betreiben? Ziehen Sie Schweizer Produkte anderen vor? Würden Sie dafür mehr Geld ausgeben?

Gibt es ein Unternehmen, welches Sie besonders mit dem Schweizer Kreuz in Verbindung bringen? Welches?

Sollte es eine Instanz geben, welche die Verwendung des Schweizer Kreuzes überwacht? Sollte jede/r das Schweizer Kreuz irgendwie und nach eigenem Gutdünken verwenden können? Löst das Schweizer Kreuz bei Ihnen Zugehörigkeitsgefühle aus? Fühlen Sie sich gut? Stolz? Mulmig? Ist das Schweizer Kreuz für Sie eher ein Modeartikel oder ein Staatssymbol?

Würden Sie ein T-Shirt mit dem Schweizer Kreuz anziehen? Wenn ja, möchten Sie damit etwas ausdrücken? Und was? Verliert das Schweizer Wappen dadurch an Wert? Wird es banalisiert? Spielt das überhaupt noch eine Rolle?

Spielt das Schweizer Wappen in Zeiten der Globalisierung eine noch grössere Rolle als früher? Würde Ihnen etwas fehlen, wenn man es abschaffen würde? Grenzen für Waren und Geld verschwinden. Sollten dann nicht auch die Wappen verschwinden? Sollte man das Wappen vielleicht neu «designen»?

Sollte das Schweizer Kreuz noch prominenter durch die Exportwirtschaft genutzt werden? Denken Sie, das würde den Absatz fördern?

Sind Sie stolz, Schweizer/in zu sein? Überträgt sich dieser Stolz auch auf Schweizer Produkte? Haben Sie das Gefühl, der Gebrauch des Schweizer Kreuzes auf Modeartikeln hat etwas mit Patriotismus zu tun? Geht dieses Gefühl vorbei wie eine Mode-Erscheinung?

Die Ausstellung «Weiss auf Rot – United Colours of Switzerland» und das vorliegende didaktische Begleitmaterial helfen Ihnen und Ihren Schülerinnen und Schülern bei der Beantwortung dieser persönlichen Fragen.

Rundgang durch die Ausstellung

Shopping-Mall als Schauplatz



Durch die Tiefgarage gelangen Sie in die Shopping-Mall mit ihren typischen Elementen wie Schaufenster, Läden, Kioske und Promotionsstände. Hier treffen Konsum und Freizeitvergnügen zusammen. Musse ist angesagt: flanieren, Schaufenster betrachten, Musik hören, Filmausschnitte anschauen und an Spielen teilnehmen. In diesem Potpourri verschiedener Sinneseindrücke erscheint auf Schritt und Tritt die Marke «Schweiz»: Weiss auf Rot.

Die Ausstellung ist in vier Sektionen gegliedert. Pro Sektion symbolisieren ein spezifisches Stichwort und ein Schlüsselobjekt den Inhalt. Jeder Raum bzw. jede Sektion vermittelt eine andere, spezifische Atmosphäre. Der Stil des Raumes entspricht dem jeweiligen Thema.

1. Sektion: Stets zu Diensten?

Thema: Der Staat, die Bundesbetriebe, Swissair/Swiss und SRG unter veränderten Prämissen

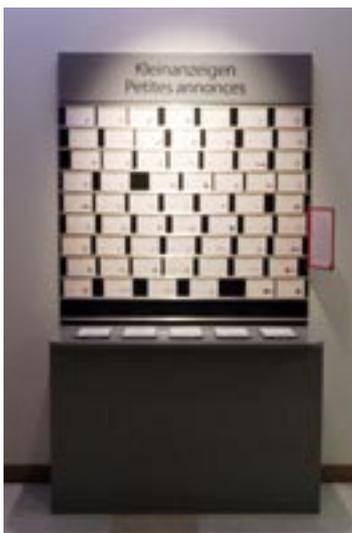
Auch der Staat und seine Verwaltungsorgane unterliegen den Zeitströmungen. Sie befinden sich unter dem Einfluss von neoliberalen Gedankengut und New Public Management in einem Prozess der Neudefinition ihres Selbstverständnisses: Die Bundesverwaltung wird zum Dienstleistungsunternehmen, die Bürger/innen werden zur Kundschaft. Im Zuge dieser Neudefinition haben zahlreiche Bundesämter in den vergangenen Jahren ein neues Logo und eine eigene Corporate Identity geschaffen.

Die ehemaligen Regiebetriebe der PTT haben sich zu modernen Wirtschaftskonzernen entwickelt. Sie befinden sich – in unterschiedlichem Masse – in einem Spannungsfeld zwischen ihrem öffentlichen Leistungsauftrag (Service public) und dem unternehmerischen Auftrag der Gewinnmaximierung, und sie sind seit ihrer Trennung auf nationaler wie internationaler Ebene einem starken Konkurrenzkampf ausgesetzt. Ihre Dienstleistungen richten sich vermehrt oder gar ausschliesslich nach dem Kriterium der Rentabilität. Das hat zur Folge, dass die flächendeckende Grundversorgung zentraler Kommunikationsleistungen (Poststellennetz, «letzte Meile») zunehmend unter Druck gerät. Die neuen Wortmarken «Die Schweizerische Post» und «Swisscom» unterstreichen das neue Selbstverständnis der beiden Unternehmen, das zwischen nationaler, quasistaatlicher Repräsentation und autonomem Unternehmertum oszilliert. Anders bei den Logos: Während bei Swisscom das Schweizer Kreuz aus dem Logo verschwunden ist, betont die Schweizerische Post in ihrem Logo die staatliche Dimension nach wie vor. Die SBB haben es in abstrahierter Form in ihr Logo integriert.

Der Fall «Swissair» bringt das Dilemma der ehemaligen Staatsbetriebe auf den Punkt: Nach dem Konkurs der nationalen Fluggesellschaft wurde sie als eines der zentralen Aushängeschilder der Schweiz und als Verkörperung des Schweizer Qualitätsbegriffs auf politischen Druck hin mit einer beispiellosen öffentlichen Finanzspritze saniert. Mit der Rettung der Fluggesellschaft wurde nicht nur ein nationaler Imageträger restauriert, sondern auch dessen Swissness durch die Umbenennung in «Swiss» akzentuiert. Das Schweizer Kreuz blieb fester Bestandteil des Logos.

Im Umwandlungsprozess der Staatsbetriebe versteht sich die SRG SSR idée suisse als die letzte Bastion des Service public. Obwohl sich auch die Rundfunkgesellschaft vor allem internationaler Konkurrenz ausgesetzt sieht, schreibt sie – in bewusster Abgrenzung zu den Privatsendern – den Auftrag zur Grundversorgung nicht nur bezogen auf das Programm, sondern auch symbolisch auf ihre Fahne. Die SRG versucht mit dem «idée suisse»-Postulat, ihre Rolle als staatstragendes und den Zusammenhalt förderndes Unternehmen zu festigen.

Folgende Geschäfte und Dienststellen laden Sie in der 1. Sektion ein, Umschau zu halten:



- Kleinanzeigen (Bundesverwaltung)
- Postshop (PTT, Die Schweizerische Post AG)





■ Rail Services (Schweizerische Bundesbahnen SBB)



■ Swiss Connections (Swisscom AG)



■ Bye, bye Bar (Swissair, Swiss)



■ Radio TV Schweizer (SRG SSR idée suisse)

2. Sektion: Natürlich aus der Schweiz

Thema: Das Schweizer Qualitätslabel am Beispiel von Lebensmittelprodukten und weiteren exemplarischen Konsumgütern

Die Konsumgüter erleben eine noch nie da gewesene Homogenisierung. Ob elektronische Geräte, Autos, Spielwaren oder Waschmittel: Die Produkte gleichen sich zusehends und sind oft nur noch durch die Verpackung unterscheidbar. Ähnliches gilt auch für den Lebensmittelbereich. Die Schweizer Lebensmittelproduzenten sehen sich mit den Trends zu Schnellgerichten und Functional Food sowie mit dem grenzüberschreitenden Warenverkehr konfrontiert. Der Konkurrenzdruck aus Ländern mit tieferen Produktionskosten ist gross.

Als Mittel zur Profilierung bietet sich die «Marke Schweiz» und das Qualitätssiegel «Swiss made» an. Mit Aktionen wie den «Schweizer Wochen» bei Coop und McDonald's oder Produkten mit spezifischem «Swiss-appeal» wie bei Emmi und Valserwasser wird die Schweiz als Herkunftsbezeichnung zum prioritären Verkaufsargument. Gerade bei traditionellen Produkten wie Milch und Käse oder heiklen Produkten wie dem Fleisch (BSE, Vogelgrippe) spielt der Schweizer Qualitätsbegriff eine herausragende Rolle. Im Zeichen dieser Entwicklung werden bisher ungeschützte typische Produkte mit einem AOC-Label versehen. Die Armbrust – Qualitätssymbol schlechthin, das jahrzehntelang die Kaufentscheide der Konsumentinnen und Konsumenten prägte und dann in Vergessenheit geriet – wird wieder aus der Schublade geholt. Auf der anderen Seite wird die Herkunftsbezeichnung durch die Verlagerung von Produktionsstätten ins Ausland (Beispiel: die in China produzierte SIGG-Pfanne mit Schweizer Kreuz) aufgeweicht. Auch hier öffnet sich ein Dilemma mit grosser Tragweite.

Folgende Geschäfte laden Sie in der 2. Sektion ein, Fragen zu stellen:



■ Dipl. Ing. Swiss
(SIGG-Pfannen und Co.)



■ S-Travel (Tourismus – unsere natürliche Umwelt als wertvolles Kapital)



■ Swiss Chalet (Lebensmittel
mit Schweizer Qualität)

3. Sektion: Hopp Schwiiz!

Thema: Nationalität und Sport

Der Sport ist eines der klassischen Mittel für nationale Identifikation. Aber auch dieser Bereich unterliegt einem Veränderungsprozess. Stichworte sind: Internationalisierung des Sportmarktes durch Transfer-Geschäfte mit Sportlern und erleichterte Einbürgerung ausländischer Sportler für die Schweizer Nationalmannschaften. Parallel zur Zusammensetzung der zunehmend multikulturellen Schweizer Bevölkerung sind auch immer weniger Sportler schweizerischer Herkunft.

Diese Sektion setzt sich auseinander mit dem Spannungsfeld zwischen der Herkunft eines Sportlers und seiner Rolle als Nationalsymbol und Identifikationsfigur; eine Rolle, die auch von Sponsoren für den Imagetransfer auf ihr Unternehmen und in der Promotions-Strategie ihrer Produkte in Anspruch genommen wird. Das Schweizer Kreuz erfährt eine Verschiebung zum Symbol internationaler Dimension. Es stellt sich die Frage, ob und wie sich diese neue Identitätsstiftung auch auf das Selbstbild der Schweizer Bevölkerung auswirkt.

Stellen Sie in der 3. Sektion die «neuen» 'Schweizer' Sportarten den «alten» gegenüber:

Interswiss



■ Ski (für die Einbürgerung von Herminator und Co.?!)



■ Segeln (Alinghi)



■ Fussball (nationale Identität mehr auf den Tribünen als auf dem Spielfeld)

4. Sektion: Jedem sein Kreuz

Thema: Folklore in Kultur und Lifestyle zwischen Patriotismus und Vergnügen

«Schweizer Armeedecken sind in»

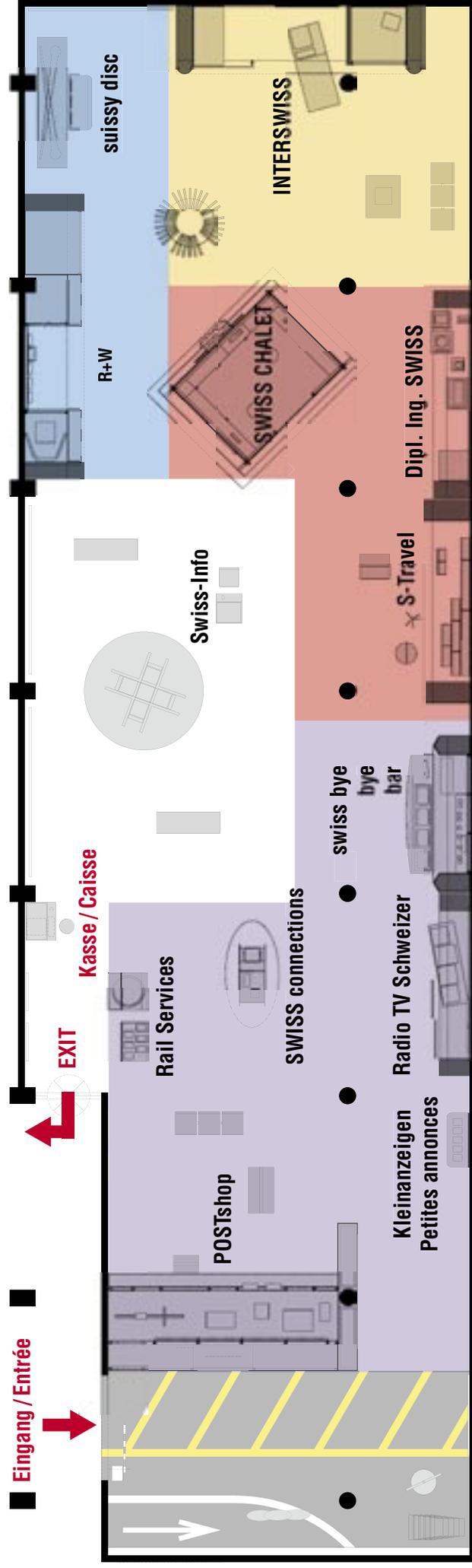
Das Schweizer Kreuz ist zum modischen Zeichen geworden. Die hiesigen Geschenkartikelmessen erscheinen einheitlich in den Farben Weiss und Rot, und die Boutiquen quellen über von Accessoires mit dem Schweizer Kreuz. Die Nutzer/innen dieser Accessoires tragen damit eine ganz persönliche Einstellung und Haltung zur Schau, die durchaus widersprüchlich sein kann. Unklar bleibt nämlich, ob die neue Karriere des Symbols auf seiner dominanten Optik, auf dem Spass am saloppen Spiel mit einer heiligen Kuh oder auf einem neuen Patriotismus gründet. Für Letzteres würde sprechen, dass in jüngsten Umfragen bei Jugendlichen die traditionellen Schweizer Werte und sogar der Sonderfall Schweiz wieder stärker betont werden. Die Mundart feiert seit Jahren auch in der Rockmusik Urständ. Wir treffen hier auf ein Phänomen, in welchem sich Crossover und patriotisches Revival zu einem neuen Lebensgefühl vermengen.

Folgende Geschäfte laden Sie in der 4. Sektion ein, das Schweizer Kreuz «zu erwerben»:



- suissy disc
- R + W





«Stehts zu Diensten?»
«A votre service»

«Natürlich aus der Schweiz»
«Tout naturellement suisse»

«Hopp Schwiiz!»
«Allez la Suisse!»

«Jedem sein Kreuz»
«A chacun sa croix»

Intentionen

- Fächerübergreifend arbeiten.
- Sich mit visueller Kommunikation auseinandersetzen.
- Über die Klischees der Schweiz und der Schweizer/innen diskutieren.
- Sich mit dem Wandel des schweizerischen Hoheitszeichens und den damit verbundenen Hintergründen auseinandersetzen.
- Die eigene Beziehung zur Schweiz reflektieren.

Zu den einzelnen Aufgaben

Aufgabe	Titel	Ziele	Lektionen	Fachbereiche	Sozialform	Bemerkungen
	1 Weiss auf Rot – Der Selbsttest	<ul style="list-style-type: none"> – Vorbereitung des Ausstellungsbesuchs in der Schule – Konfrontation mit sich selber – Diskussion in der Gruppe/Klasse 	1-2	Lebenskunde Ethik (Deutsch)	Einzelarbeit Gruppengespräch Klassengespräch	Dieser Selbsttest dient in erster Linie dazu, eine Grundlage für Gruppen- oder Klassengespräche zu schaffen. Der Test hat bewusst satirische Züge und versucht mit Klischees zu provozieren. Die Sprache dieser Aufgabe ist anspruchsvoll. → Verbinden mit Aufgabe 5
	2 Das Kreuz mit dem Kreuz	<ul style="list-style-type: none"> – sich mit visueller Kommunikation auseinandersetzen – die Bundesverwaltungsstellen und ihre Aufgaben kennen lernen 1. Multiple-Choice-Test: Können die Logos einem bestimmten Inhalt zugeordnet werden? 2. Recherche: Was sind die Aufgaben der Verwaltungsstellen? 3. Logos genau untersuchen: Erfüllen sie ihren Zweck? Sind sie gelungen? 	2	Gestalten Geschichte Staatskunde	Einzelarbeit Partnerarbeit Gruppengespräch	Die Broschüre „Der Bund kurz erklärt 2004“ liegt im Bundeshaus wie auch im Polit-Forum Käfigturm auf und kann ausserdem unter folgender Stelle gratis bezogen werden: BBL, Vertrieb Publikationen, CH-3003 Bern, Fax-Nummer: 031 325 50 58. Beachten Sie dazu auch das „Leitprogramm: Der Bund kurz erklärt 2004“ von Bernhard Scheidegger. Unter www.hep-verlag.ch als pdf-Datei kostenlos zu beziehen. → Verbinden mit Aufgaben 3 und 4
	3 Ein neues Wappen für die Schweiz	<ul style="list-style-type: none"> – den Ablauf vom Kreative-Briefing bis zur Konkurrenzpräsentation üben – Begriffsbildung (Fachausdrücke Marketing) – studieren, kreieren, präsentieren, argumentieren 	2-4	Gestalten Marketing Deutsch	Einzelarbeit Referat vor dem Plenum Gruppendiskussion	Das Kreative-Briefing erlaubt die Einführung, einiger Begriffe aus dem Marketing. Bei der Präsentation der Entwürfe wird mit den Vorgaben des Briefings argumentiert. → Verbinden mit Aufgaben 2 und 4
	4 Milch Lait Latte	<ul style="list-style-type: none"> – sich mit visualisierten «internationalen Klischees» auseinandersetzen 	1	Gestalten Deutsch Ethik	Partnerarbeit	→ Verbinden mit Aufgaben 2 und 3
	5 Interview	<ul style="list-style-type: none"> – Daten sammeln und Grundlagen für eine Klassendiskussion erarbeiten 	1	Museumsbesuch Lebenskunde Geschichte Deutsch	Partnerarbeit	Diese Umfrage kann mit Ausstellungsbesuchern/-besucherinnen oder auch am Schulort durchgeführt werden. Der Fragebogen soll quantitativ und qualitativ ausgewertet und die Resultate sollen anschliessend diskutiert werden. → Verbinden mit Aufgabe 1
	6 Kreuzwörtertsel	<ul style="list-style-type: none"> – Bearbeitung in der Ausstellung – Ausstellungstexte lesen 	1	Museumsbesuch	Partnerarbeit	Die Lösungen finden sich in den verschiedenen Ausstellungsbereichen.
Anhang	Woher kommt das Schweizer Kreuz?		1	Geschichte		

Weiss auf Rot – Der Selbsttest

Du lebst in der Schweiz, machst hier deine Schulen und deine Ausbildung oder hast sie schon gemacht. Wie denkst du über die Schweiz? Wie fühlst du dich in diesem Land? Was kommt dir in den Sinn beim Anblick des Schweizer  es? Welche Emotionen werden bei dir geweckt?

Du bist Schweizer/in mit Echtheits-Zertifikat? Also mit Pass oder ID? – Gut. – Du bist Ausländer/in? – Auch gut! Dieser Selbsttest hilft dir in jedem Fall beim Klären von Gedanken und Empfindungen zu Fragen wie: Ist die Schweiz für dich das Land der unbegrenzten Möglichkeiten? Ist das Schweizer Wappen Ausdruck der modernen Spassgesellschaft, in der auch du zum Superstar werden kannst? Erinnerst dich das Schweizer  ans Schwingen – oder ans Fahnenschwingen? Oder...?

Entscheide dich in einer spielerischen Aufwärmrunde für eine von zwei Ansichten. Es ist auch möglich, dass beides oder nichts auf dich zutrifft.

Setze nun deine  chen!



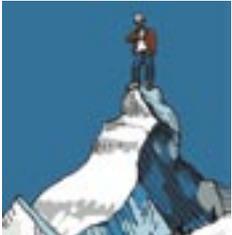
Wenn die Schweizer Fussballnati einen Match gewinnt, ...	<input type="checkbox"/> bin ich ziemlich aus dem Häuschen	<input type="checkbox"/> ist mir das eher egal
Das Schweizer  gehört ...	<input type="checkbox"/> den Schweizerinnen/Schweizern	<input type="checkbox"/> allen, die hier leben
Fragt man Ausländer/innen nach dem Image der Schweiz, dann nennen sie zuerst ...	<input type="checkbox"/> Natur, Berge, Fondue, Wintersport	<input type="checkbox"/> illegale Gelder, Raubgold, Bankgeheimnis
Dass in der Zeitung bei einem Raserunfall oder bei einem Verbrechen angegeben wird, ob es sich um eine Schweizerin/einen Schweizer oder eine Ausländerin/einen Ausländer handelt, finde ich ...	<input type="checkbox"/> in Ordnung	<input type="checkbox"/> unnötig
Das erste  worträtsel erschien selbstverständlich ...	<input type="checkbox"/> in der Schweiz	<input type="checkbox"/> in New York
Dass eine Schule im Welschland das Tragen von T-Shirts mit Schweizer  verboten hat, um Auseinandersetzungen zwischen Schülergruppen zu verhindern ...	<input type="checkbox"/> ist der Gipfel	<input type="checkbox"/> geht in Ordnung
Wie ist – nach Kopernikus und Kepler – deine neue Weltbild-Theorie?	<input type="checkbox"/> Die Erde dreht sich um die Schweiz	<input type="checkbox"/> Die Schweiz dreht sich um die Erde
Die vier Balken des Schweizer  es stehen allgemein für die vier Landessprachen. Wenn das Schweizer  fünf Balken hätte, stände der fünfte wohl für ...	<input type="checkbox"/> Serbisch/Kroatisch	<input type="checkbox"/> Englisch
Im Vergleich zur giftigen  otter ist die Schweizer  otter ...	<input type="checkbox"/> ungiftig	<input type="checkbox"/> hochgiftig
		
Unter  zug versteht man ...	<input type="checkbox"/> einen Intercity der SBB zwischen Basel, Chiasso, Boden- und Genfersee	<input type="checkbox"/> Rückenschmerzen nach dem zu kräftigen Ausholen beim Hornussen
Wie kleidest du dich lieber –	<input type="checkbox"/> mit Sennenkäppi und –chutteli?	<input type="checkbox"/> hip hop-mässig?
Wilhelm Tell und seine Armbrust ...	<input type="checkbox"/> hat es gegeben	<input type="checkbox"/> hat es nicht gegeben
Ich habe meine gesetzten  chen auf dieser Seite schon mit meinen Kolleginnen/Kollegen ...	<input type="checkbox"/> verglichen und diskutiert	<input type="checkbox"/> Ich mach das jetzt gleich

Wahrscheinlich hast du nun schon einiges in Erfahrung bringen können über deine Einstellung zur Schweiz und zum Schweizer . Wenn dich einige Fragen geärgert haben, dann sagt dies auch schon etwas aus über dich. Wie steht es bei deinen Kolleginnen /Kollegen?

Versuche nun genauer herauszufinden, in welche Richtung deine Gedanken zum Thema gehen. Gibt es sogar eine bestimmte Gruppe, in die man dich und dein Denken einordnen kann?

Auf dieser Seite findest du wiederum eine Reihe von Aussagen. Lies sie durch und überlege dir, ob du die geäußerte Ansicht teilst. Markiere Sätze, mit denen du einverstanden bist, mit einem .

Die  fahrt beginnt ... Frisch gewagt und auf ins  feuer!

- Das Schweizer  auf einem Handelsartikel steht für gute Qualität.
- Socken und Computermäuse mit Schweizer  kann ich nicht gutheissen.
- Ein Duftbäumchen mit Schweizer  im Auto – warum nicht? Schweizer Autofahrer duften sowieso nicht besonders.
- Die Schweiz ist nicht mehr als ein Phänomen in unseren Köpfen und das  ist das Erkennungszeichen dafür.
- Türvorleger zum Schuheabwischen mit Schweizer  drauf gibt's ja schon. Für mich wäre auch WC-Papier mit Schweizer  drauf denkbar.
- Ich hasse Neonazis.
- Wenn die linke Politikerin Anita Fetz im Parlament mit -T-Shirt auftritt, ist das respektlos.
- Ich bin im Übrigen für die Neue schweizerische Rechtschreibung und schreibe Kräüz so.
- Ich war noch nie auf dem Matterhorn, bin aber trotzdem stolz drauf. 
- Das patriotische Swissness-Getue rund ums Schweizer  ist wirklich einfältig.
- Schweizer  und Wirtschaft? – Da kommt mir als Erstes die Dorfbeiz in den Sinn.
- Mit einer trendigen Swissness-Tragtasche fühl ich mich  fidel.
- Eine Frau im Bikini mit  drauf kann ja nur eine Tussi sein.
- Ich bin nicht einfach nur Schweizer/in, ich bin vor allem Eidgenosse/Eidgenossin.
- Warum soll mich stören, dass die Sigg-Geräte der Pfannen-Trophy von Coop in China hergestellt wurden? Die Pfannen sind doch gut, oder?
- Früher stand das weisse  im roten Feld für die wahren traditionellen Werte der Willensnation Schweiz – heute verlüdert das Symbol in der Spass- und Freizeitgesellschaft.
- Dass die Swissair mit Bundesgeldern gerettet respektive in die Swiss umgewandelt wurde, ist richtig. Schliesslich ist das unsere Airline.
- In Bettwäsche mit -Design schläft es sich besser.
- Ich hasse Punks und die Autonomen.
- So wie das Schweizer Wappen Schweizer/innen mit einschliesst, schliesst es Ausländer/innen aus. Eine Nationalflagge ist immer rassistisch.
- 1931 wurde ein Wappenschutzgesetz geschaffen, das der gewerblichen Verwendung des schweizerischen Hoheitszeichens enge Grenzen setzte. Heute ist dieses Gesetz leider total durchlöchert.
- Heidi und Helvetia sind okay – Asterix und Obelix gefallen mir aber doch noch besser.
- Tell ist ein Phantom. Auch Winkelried gab's nicht. Und die Schweiz gibt's nur in den Köpfen von Jungschützen und Alphornbläsern.
- Saurer-Lastwagen? Keine Ahnung! Noch nie davon gehört.
- Vom Schweizer  dürfen sich alle angesprochen fühlen: Expo-Besucher/innen, Fussballfans, Jodler/innen, Skinheads...
- Das Schweizer  auf Accessoires wie Uhren und Unterhosen erinnert uns im Grunde daran, dass wir es gut haben – und das ist doch positiv!
- Schweizer Wochen bei McDonald's? Perverser geht's nicht mehr!
- Heimat ist nicht einfach dort, wo man geboren wird, sondern wo die Vorfahren lebten.

 und quer waren hier die Ansichten. Um «richtig oder falsch» gehts zwar nicht. Aber trotzdem folgt nun eine Art Auflösung.

Nachfolgend findest du vier Typen in vier verschiedenen Farben beschrieben. Sie alle haben eine ganz eigene und spezielle Haltung und Einstellung dem Schweizer  gegenüber. Lies diese vier Charakterisierungen durch. Um sie gut zu erfassen und zu verstehen, ist aber schon genaues Lesen nötig! Du solltest dir dabei vier junge Leute vorstellen können.

Fasse nach dem Durchlesen jedes Blocks das jeweils Wichtigste zusammen, indem du folgende Adjektive den Typen zuordnest:

patriotisch – cool – distanziert – kritisch – tolerant – volkstümlich – oberflächlich – modisch – verspielt – fanatisch – unabhängig
– trendy – happy – leichtfertig – radikal – konsumorientiert – links – rechts – leidenschaftlich – humorlos – ... – ... – ...

<p>Das Schweizer  ist für mich das unverwechselbare Symbol des Landes, in dem ich lebe. Ich bin stolz auf diese Demokratie mit ihrer Vorbildfunktion. Das Schweizer  vermittelt das Gefühl von Sicherheit und Gradlinigkeit. Darauf kann man sich verlassen. Es erinnert mich an die Landesväter, die vor Jahrhunderten mit dem Rütlichschwur die Eidgenossenschaft gegründet haben. Damit ist es auch in höchstem Mass ein Ehrenzeichen und signalisiert Abwehrbereitschaft und Wachsamkeit. Zugleich zeigen seine vier Balken, dass hier trotz verschiedener Landessprachen ein einzig Volk von Brüdern – meinetwegen heutzutage auch Schwestern – herrscht. Der erste August ist für mich der beste Tag im Jahr, die Schweiz das beste Land auf der Welt.</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/>	<p>Wenn an einer Olympiade Schweizer Sportler/innen Medaillen gewinnen und dabei die Schweizer Fahne weht, habe ich ein gutes Feeling und finde das lässig. Unter dem Schweizer  zu leben, ist eine super Sache. Man ist in diesem Land frei und kann tun und lassen, was man will. Echt easy, Mann! Trotzdem finde ich gut, dass ab 2005 das Puff mit den Logos der Bundesverwaltungsstellen aufhört und man wieder einheitlich zum eigentlichen Schweizer Wappen zurückkehrt. Dieser Wildwuchs war ja schon voll krass – schliesslich ist die bewährte einfache  form doch das Markenzeichen unseres Landes! T-Shirts mit dem Schweizer  drauf finde ich übrigens cool. Schon für wenige Euros kann man sie shoppen oder übers Internet bestellen.</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/>
<p>Mit dem Schweizer  habe ich wenig am Hut. Mir kommen dabei Puzzle-Stücke wie Matterhorn, Männerchor, Armbrust, Kuhglocken und Winkelried in den Sinn, und das ist ja alles ziemlich uncool. Aber es stört mich auch nicht, wenn andere wegen des Schweizer Wappens in Verzückung geraten; sei es aus patriotischen, touristischen oder marktwirtschaftlichen Gründen. Ob man deswegen aber gleich eine Ausstellung machen muss? Ich denke, dass eine Nation, sei es die Schweiz oder eine andere, im Grunde etwas Erfundenes und Konstruiertes ist. Zufällig lebe ich nun einmal hier. Aber ich könnte anderswo ebenso glücklich oder unglücklich werden.</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/>	<p>Schweizer ? Was soll das denn mehr sein als das Firmenzeichen für das Unternehmen Schweiz, das sich  brav hinter dem unschuldigen Weiss versteckt! Wofür steht denn das Blutrot drum herum? Das Marterinstrument  und der Galgen haben eh denselben Ursprung. Das christliche , als Symbol ins Wappen geschmuggelt, offenbart die ganze Scheinheiligkeit des nationalen Mythos. Bequem lässt sich damit bis heute vertuschen, mit welchen Praktiken der Wohlstand der Schweiz erkaufte wurde und wird. Und der Trend zum «small is beautiful» macht das Ganze nicht besser. Unter dem -Logo läuft die Swissness-Vermarktungsmaschinerie neuerdings richtig heiss – bis zum Überdross.</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-top: 20px;"/>

Hast du schon gemerkt, welchem Persönlichkeitsbild du am ehesten entsprichst?

Nimm jetzt die vier Farben ROT BLAU GRÜN SCHWARZ und ordne die 28 Aussagen der vorhergehenden Seite den vier verschiedenen Typen zu. Bemale die An -Feldchen mit der entsprechenden Farbe.

Wie sieht es nun aus mit den von dir ange  ten Sätzen? Sind sie mehrheitlich einem einzigen der vier Typen zuzuordnen?

«Meine Aussagen lassen sich dem roten, blauen, grünen, schwarzen Typ zuordnen.»

Es ist durchaus möglich, dass du dich in keiner dieser vier Charakterisierungen erkennst. Kein Grund zur Sorge – im Gegenteil: es zeigt, dass du nicht in ein bestimmtes Klischee passt. Denn neben und zwischen diesen vier dargestellten Haltungen gibt es natürlich viele andere Schattierungen.

In jedem Fall aber sagt das Resultat etwas aus über dich. Vergleiche es jetzt mit deinen Kolleginnen und Kollegen:

Haben sie die Sätze mit den gleichen Farben bezeichnet wie du? Was kam bei ihrem Persönlichkeitsbild heraus?

Wenn bei euch nun eine hitzige Diskussion entsteht, ist das genau richtig. Hoffentlich bist du jetzt etwas neugierig geworden auf die Ausstellung im Museum für Kommunikation!

Lösungen zu «Weiss auf Rot – Der Selbsttest»

Das erste veröffentlichte Kreuzworträtsel der Welt erschien am 21. Dezember 1913 unter dem Namen «Word-Cross» in der Zeitung «New York World». Sein Autor hiess Arthur Wynne.

Serbisch/Kroatisch waren im Jahr 2000 (gemäss Volkszählung/Bundesamt für Statistik) in der Schweiz die meistgesprochenen Nicht-Landessprachen. 103 350 Menschen sprachen im Jahr 2000 Serbisch/Kroatisch, was einem Anteil von 1,42% entsprach.

patriotisch – cool – distanziert – kritisch – tolerant – volkstümlich – oberflächlich – modisch – verspielt – fanatisch – unabhängig
– trendy – happy – leichtfertig – radikal – konsumorientiert – links – rechts – leidenschaftlich – humorlos – ... – ... – ...

- Das Schweizer  auf einem Handelsartikel steht für gute Qualität.
- Socken und Computermäuse mit dem Schweizer  drauf kann ich nicht gutheissen.
- Ein Duftbäumchen mit Schweizer  im Auto – warum nicht? Schweizer Autofahrer duften sowieso nicht besonders.
- Die Schweiz ist nicht mehr als ein Phänomen in unseren Köpfen und das  ist das Erkennungszeichen dafür.
- Türvorleger zum Schuheabwischen mit Schweizer  drauf gibt's ja schon. Für mich wäre auch WC-Papier mit Schweizer  drauf denkbar.
- Ich hasse Neonazis.
- Wenn die linke Politikerin Anita Fetz im Parlament mit -T-Shirt auftritt, ist das respektlos.
- Ich bin im Übrigen für die Neue schweizerische Rechtschreibung und schreibe Kräüz so.
- Ich war noch nie auf dem Matterhorn, bin aber trotzdem stolz drauf. 
- Das patriotische Swissness-Getue rund ums Schweizer  ist wirklich einfältig.
- Schweizer  und Wirtschaft? – Da kommt mir als Erstes die Dorfbeiz in den Sinn.
- Mit einer trendigen Swissness-Tragtasche fühl ich mich  fidel.
- Eine Frau im Bikini mit  drauf kann ja nur eine Tussi sein.
- Ich bin nicht einfach nur Schweizer, ich bin vor allem Eidgenosse.
- Warum soll mich stören, dass die Sigg-Geräte der Pfannen-Trophy von Coop in China hergestellt wurden? Die Pfannen sind doch gut, oder?
- Früher stand das weisse  im roten Feld für die wahren traditionellen Werte der Willensnation Schweiz – heute verlüdert das Symbol in der Spass- und Freizeitgesellschaft.
- Dass die Swissair mit Bundesgeldern gerettet respektive in die Swiss umgewandelt wurde, ist richtig. Schliesslich ist das unsere Airline.
- In Bettwäsche mit -Design schläft es sich besser.
- Ich hasse Punks und die Autonomen.
- So wie das Schweizer Wappen Schweizer/innen mit einschliesst, schliesst es Ausländer/innen aus. Eine Nationalflagge ist immer rassistisch.
- 1931 wurde ein Wappenschutzgesetz geschaffen, das der gewerblichen Verwendung des schweizerischen Hoheitszeichens enge Grenzen setzte. Heute ist das leider total durchlöchert.
- Heidi und Helvetia sind okay – Asterix und Obelix gefallen mir aber doch noch besser.
- Tell ist ein Phantom. Auch Winkelried gab's nicht. Und die Schweiz gibt's nur in den Köpfen von Jungschützen und Alphornbläsern.
- Saurer-Lastwagen? Keine Ahnung! Noch nie davon gehört.
- Vom Schweizer  dürfen sich alle angesprochen fühlen: Expo-Besucher/innen, Fussballfans, Jodler/innen, Skinheads...
- Das Schweizer  auf Accessoires wie Uhren und Unterhosen erinnert uns im Grunde daran, dass wir es gut haben – und das ist doch positiv!
- Schweizer Wochen bei McDonald's? Perverser geht's nicht mehr!
- Heimat ist nicht einfach dort, wo man geboren wird, sondern wo die Vorfahren lebten.

Das Kreuz mit dem Kreuz

Die Bundesverwaltung tritt mit rund 80 verschiedenen Gesichtern – sprich Logos auf. Fast jedes Departement, jedes Bundesamt und jede eidgenössische Kommission pflegt ihr individuelles Erscheinungsbild. Nicht wenige benutzen dabei in irgendeiner Form das Symbol des Schweizer Kreuzes, oft aber bis zur Unkenntlichkeit verfremdet. Vielleicht liegt es daran, dass im Rahmen des New Public Managements die Bürger und Bürgerinnen zu Kunden und Kundinnen gemacht wurden und das Erscheinungsbild hauptsächlich originell sein und möglichst wenig an Bundeshaus und Autorität erinnern soll. Oder vielleicht wurde in den letzten Jahren mehr über Logos statt über Identität nachgedacht.

Wie auch immer: Ab 2005 soll die Bundesverwaltung in der Öffentlichkeit wieder einheitlich in Erscheinung treten. Und zwar wird das neue Erkennungszeichen der Bundesverwaltung auf Briefpapier, im Internet und an Gebäudefassaden das altbekannte Schweizer Wappen sein! Dies hat der Bundesrat unlängst beschlossen, nachdem die Hochschule der Künste Bern (HKB) in einer Studie das Erscheinungsbild der Bundesverwaltung kritisch durchleuchtet hat.

Das soll uns nicht daran hindern, den Logo-Wildwuchs, der einigen Gestaltungsfirmen gut bezahlte Aufträge eingebracht hat, anhand folgender Fragen etwas genauer unter die Lupe zu nehmen: Ist der Absender anhand des visuellen Erscheinungsbildes erkennbar? Wie sind die Gestalter/innen mit Formen, Farben und dem Schweizer Kreuz umgegangen? Und was haben sie sich dabei wohl überlegt? Wie viel Kreuz darf ausradiert werden, damit das Kreuz noch als solches erkennbar ist?



Aufgaben

- Versuche im Multiple-Choice-Test herauszufinden, welches Logo für welche Bundesverwaltungsstelle steht. Kontrolliere dann anhand der Lösungen dein Ergebnis.
- Informiere dich – am besten im Internet oder in der Broschüre «Der Bund kurz erklärt 2004» – über die wichtigsten Aufgaben der jeweiligen Bundesverwaltungsstelle.
- Zeichne das Schweizer Kreuz im Logo nach.
- Beschreibe: Wie wurde mit Formen, Farben und dem Schweizer Kreuz umgegangen? Inwiefern visualisiert die Grafik des Logos die Aufgaben der Verwaltungsstelle – oder eben nicht?



- A Eidg. Materialprüfungsanstalt
B Eidg. Justiz- und Polizeidepartement
C Eidg. Schützenkommission



- A Eidg. Büro für die Gleichstellung von Mann und Frau
B Eidg. Bankenkommission
C Eidg. Vereinigung der Mathematiklehrer



- A Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport
B Schweiz. Asylrekurs-Kommission
C Eidg. Ausländerkommission



- A Bundesamt für Strassen
B Bundesamt für Schutzpolizei
C Bundesamt für Sport Magglingen



- A Eidg. Alkoholverwaltung
B Eidg. Büro für die Gleichstellung von Mann und Frau
C Bundesamt für Privatversicherungen



- A Bundesamt für Elektromog
B Bundesamt für Kommunikation
C Nationale Alarmzentrale



A Bundesamt für Gesundheit
 B Bundesamt für Wohnungswesen
 C Eidg. Informationsstelle Schweiz Welt



A Eidg. Finanzdepartement
 B Präsenz Schweiz
 C Integrationsbüro



A Bundesamt für städtische Vorsorge
 B Bundesstelle für Selbstversorger
 C Bundesamt für Sozialversicherung



A Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie
 B Bundesamt für Zivilluftfahrt
 C Bundesamt für Wasser und Geologie



A Eidg. Heizungskommission
 B Bundesamt für Effizienz
 C Bundesamt für Energie



A Eidg. Fischereiaufsichtskommission
 B Bundesamt für Wasser und Geologie
 C Nationale Aufsichtskommission des grafischen Gewerbes



A Bundesamt für Polizei
 B Eidg. Tenniskommission
 C Schweizerischer Geheimdienst



A Nationale Alarmzentrale
 B Bundesamt für Kommunikation
 C Bundesamt für Wasser und Geologie



A Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit
 B Bundesamt für Zuwanderung, Integration und Auswanderung
 C Eidg. Globalisierungsstelle



A Bundesamt für Landwirtschaft
 B Bundesamt für Raumentwicklung
 C Bundesamt für Gesundheit



A Eidg. Spielbankenkommission
 B Departement für frische Luft
 C Eidg. Münzpräge-Anstalt



A Eidg. Hochschule der Künste
 B Bundesamt für Veterinärwesen
 C Hauptabteilung für die Sicherung der Kernanlagen



A Bundesamt für Zivilluftfahrt
 B Bundesamt für Flüchtlinge
 C Bundesamt für Flugsicherheit



A Bundesamt für Kommunikation
 B Eidg. Stelle für Auswanderungsfragen
 C Bundesamt für Verkehr



A Präsenz Schweiz
 B Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung
 C Eidg. Kommission für Schwimmanlagen



A Bundesamt für Sport Magglingen
 B Eidg. Ausländerkommission
 C Rat der eidg. Technischen Hochschulen



A Eidg. Friedhofskommission
 B Bundesamt für Statistik
 C Nationales Pferdezentrum Bern



A Bundesamt für Wasser und Geologie
 B Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie
 C Eidg. Wetterkommission



A Bundesgericht
 B Eidg. Justiz- und Polizeidepartement
 C Eidg. Rassismuskommission



A Eidg. Kommunikationskommission
 B Comedia – Eidg. Anlaufstelle für komische Berufe
 C Bundesamt für Kommunikation



A Eidg. Börsenkomitee
 B Eidg. Bankenkommision
 C Bundesamt für Kultur



A Eidg. Pfeifenraucherkommission
 B Schweiz. Wissenschafts- und Technologierat
 C Bundesamt für Strassen



A Parlamentsdienste
 B Eidg. Gebäudeversicherung
 C Bundesamt für Kultur



A Schweiz. Bundesarchiv
 B Eidg. Fachkommission für die Förderung von Windenergie
 C Bundesamt für Energie

Lösungen zu «Das Kreuz mit dem Kreuz»



- A Eidg. Materialprüfungsanstalt
- B X Eidg. Justiz- und Polizeidepartement
- C Eidg. Schützenkommission

Das EJPD ist das «juristische Gewissen der Bundesverwaltung». Es ist für folgende Bereiche zuständig: Gesetzgebung, Gesetzesvollzug und Verwaltungsrechtsprechung auf verschiedenen Gebieten, Polizeiwesen, Asyl- und Ausländerfragen, begleitende Rechtsetzung.



- A X Eidg. Büro für die Gleichstellung von Mann und Frau
- B Eidg. Bankenkommission
- C Eidg. Vereinigung der Mathematiklehrer

Das Eidgenössische Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann wurde 1988 vom Bundesrat eingesetzt. Heute ist es ein Amt im Eidg. Departement des Innern. Der Gleichstellungsartikel in der Bundesverfassung und das Gleichstellungsgesetz bilden die Grundlage für seinen Auftrag. Diese umfassende Aufgabe ist einfach formuliert:

Die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in allen Lebensbereichen. Die Beseitigung jeglicher Form direkter und indirekter Diskriminierung.



- A X Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport
- B Schweiz. Asylrekurs-Kommission
- C Eidg. Ausländerkommission

Neben der Armee, die im Departementsbereich Verteidigung angesiedelt ist, sind auch der Bevölkerungsschutz und der Sport sowie das Beschäftigungs- und Technologiezentrum Armasuisse die tragenden Pfeiler des Departements. Die Direktion für Sicherheitspolitik berät den Departementschef in allen sicherheitspolitischen Fragen.



- A Bundesamt für Strassen
- B Bundesamt für Schutzpolizei
- C X Bundesamt für Sport Magglingen

- Vorbereitung und Vollzug der Erlasse im Bereich der nationalen Sportförderung
- Entwicklung und Mitgestaltung einer nationalen Sportpolitik sowie Erfüllung der daraus resultierenden Aufgaben in Zusammenarbeit mit den Partnern des Sports
- Entwicklung, Mitgestaltung und Vollzug nationaler und internationaler Vereinbarungen im Sport
- Führung der Eidgenössischen Sportschule Magglingen
- Führung einer sportwissenschaftlichen Abteilung sowie einer Medien- und Dokumentationsstelle für Sport
- Betrieb eines Ausbildungs- und Trainingszentrums für die nationalen Verbände im Breiten- und Spitzensport
- Betrieb eines nationalen Jugendsportzentrums in Tenero



- A Eidg. Alkoholverwaltung
- B Eidg. Büro für die Gleichstellung von Mann und Frau
- C X Bundesamt für Privatversicherungen

Das Bundesamt für Privatversicherungen (BPV) überwacht den Geschäftsbetrieb der privaten Versicherungsgesellschaften: der Lebensversicherer, der Unfall- und Schadenversicherer und der Rückversicherer. Es bereitet die Bewilligungen zum Geschäftsbetrieb vor, prüft und genehmigt die Versicherungsprodukte in der Lebens- und in der Krankenversicherung, kontrolliert die Jahresrechnungen, inspiziert die Gesellschaften und schreitet gegebenenfalls gegen Missstände ein. Ferner überwacht das BPV, ergänzend zur Aufsicht durch das Bundesamt für Gesundheit (BAG), die anerkannten Krankenkassen im Hinblick auf die Krankenzusatzversicherung. Das BPV wirkt zudem bei der Erarbeitung gesetzlicher Grundlagen und internationaler Vereinbarungen auf dem Gebiet der Privatversicherung mit.



- A Bundesamt für Elektromog
- B Bundesamt für Kommunikation
- C X Nationale Alarmzentrale

Die Nationale Alarmzentrale (NAZ) ist die Fachstelle des Bundes für ausserordentliche Ereignisse. Sie ist Teil des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz (BABS).

Ereignisse mit erhöhter Radioaktivität oder vermuteter erhöhter Radioaktivität gehören immer in den Kompetenzbereich der NAZ. Weitere Aufgabenbereiche sind Staudammbruch bzw. Überschwappen sowie Gefährdung durch Satellitenabsturz.



- A X Bundesamt für Gesundheit
- B Bundesamt für Wohnungswesen
- C Eidg. Informationsstelle Schweiz Welt

Das BAG hat die Förderung der Gesundheit aller in der Schweiz lebenden Menschen zum Ziel. Es unterstützt die Selbstverantwortung der Bürger und will, dass Gesundheitsförderung, Prävention und Gesundheitsschutz sowie Heilung und Linderung von Krankheiten und Unfällen ganzheitlich und konsistent im Hinblick auf den grösstmöglichen Gesundheitsgewinn für alle realisiert werden. Die wichtigsten Themen sind entsprechend: Epidemien und Infektionskrankheiten, Drogen- und Suchtprävention, Sicherheit von Lebensmitteln, Schutz vor Strahlungen und Lärmbelastung, Kontrolle von Giftstoffen und Chemikalien, Stammzellenforschung und Bioterrorismus sowie Kranken- und Unfallversicherung.



- A Bundesamt für städtische Vorsorge
- B Bundesstelle für Selbstversorger
- C X Bundesamt für Sozialversicherung

Das Bundesamt für Sozialversicherung ist das Kompetenzzentrum des Bundes für Folgen von Alter und Invalidität sowie für Fragen der Familie. Es plant, lenkt und kontrolliert die richtige Durchführung der entsprechenden Sozialversicherungen (z.B. AHV). Daneben vereinbart das BSV mit anderen Ländern gegenseitige Sozialversicherungsabkommen.



- A Eidg. Heizungskommission
- B Bundesamt für Effizienz
- C X Bundesamt für Energie

Die Aufgaben des Bundesamtes für Energie umfassen schweizerisches und internationales Energiewesen: Vorbereitung der Gesetzgebung und Vollzug der Energiepolitik, insbesondere in den Bereichen Rationelle Energienutzung, Erneuerbare Energien, Energietechniken und -systeme, Kernanlagen und -materialien sowie Strahlenschutz (Bewilligungsverfahren, Aufsicht), Rohrleitungen (Konzessionen, Plangenehmigung) und Elektrizität; Energiestatistik und -perspektiven; Aktionsprogramm «EnergieSchweiz»; Verträge mit dem Ausland und internationale Zusammenarbeit.



- A X Bundesamt für Polizei
- B Eidg. Tenniskommission
- C Schweizerischer Geheimdienst

Das Bundesamt für Polizei (fedpol) dient im Bereich der Inneren Sicherheit der Schweiz seinen kantonalen und internationalen Partnern als Zentrum für Information, Koordination und Analyse. Seine Tätigkeit umfasst einerseits vorbeugende Aufgaben wie den präventiven Staatsschutz und Sicherheitsmassnahmen zum Schutze gefährdeter Personen und Objekte.

Andererseits nimmt das Amt auch Aufgaben im Rahmen der Strafverfolgung wahr (insbesondere bei der Bekämpfung der Organisierten Kriminalität). Neben der Koordination von Ermittlungsverfahren ermittelt fedpol selber in den Bereichen Betäubungsmittelhandel (inkl. dessen Finanzierung) sowie Falschgeld und führt die Meldestelle für Geldwäscherei.

Seit 2002 führt fedpol in Fällen von Schwerstkriminalität (Organisierte Kriminalität, Geldwäscherei, Korruption) auch eigene Ermittlungen unter der Leitung des Bundesanwaltes.



- A X Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit
- B Bundesamt für Zuwanderung, Integration und Auswanderung
- C Eidg. Globalisierungsstelle

Die Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) ist die Agentur für internationale Zusammenarbeit im Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA). Die DEZA ist zuständig für die Gesamtkoordination der Entwicklungs- und Ostzusammenarbeit mit andern Bundesämtern sowie für die humanitäre Hilfe der Schweiz.



- A Eidg. Spielbankenkommission
- B Departement für frische Luft
- C X Eidg. Münzpräge-Anstalt

Die Hauptaufgabe ist das Prägen der Schweizer Umlaufmünzen für den täglichen Zahlungsverkehr.



- A Bundesamt für Zivilluftfahrt
- B X Bundesamt für Flüchtlinge
- C Bundesamt für Flugsicherheit

Das Bundesamt für Flüchtlinge

- vollzieht das schweizerische Asylrecht
- prüft in einem individuellen Verfahren Asylgesuche und gewährt verfolgten Menschen Asyl
- sorgt gemeinsam mit den Kantonen für den Empfang und die Aufnahme von Asylsuchenden
- fördert die freiwillige Rückkehr von Asylsuchenden
- unterstützt den Vollzug der Wegweisung von abgewiesenen Asylsuchenden
- pflegt eine enge Zusammenarbeit mit anderen Aufnahmeländern, dem Hochkommissariat der Vereinten Nationen für Flüchtlinge (UNHCR) und der Internationalen Organisation für Migration (IOM)
- strebt eine Harmonisierung internationaler Normen im Bereich des Asyl- und Flüchtlingsrechts an



- A Präsenz Schweiz
- B X Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung
- C Eidg. Kommission für Schwimmanlagen

Politische oder wirtschaftliche Krisen, technische Pannen, Naturkatastrophen oder Terroranschläge können die Versorgung unseres Landes mit lebensnotwendigen Gütern behindern. Sich auf solche Krisenfälle vorzubereiten, ist die Hauptaufgabe der wirtschaftlichen Landesversorgung.



- A Eidg. Friedhofscommission
- B X Bundesamt für Statistik
- C Nationales Pferdezentrum Bern

Im Sinne einer Querschnittsfunktion koordiniert das BFS die Statistikproduktion, sorgt für die Vergleichbarkeit der Daten und die Erstellung eines Mehrjahresprogramms der Statistik. Es stellt die Verbindung zu den kantonalen, städtischen und internationalen Statistikproduzenten, zu Forschung, Wirtschaft und Sozialpartnern sicher. Es produziert statistische Information, indem es Erhebungen bei natürlichen oder juristischen Personen durchführt, Register auswertet oder Synthesestatistiken erstellt. Es analysiert, interpretiert und publiziert die statistische Information, wobei die Diffusion – je nach Zielpublikum – durch unterschiedliche Medien, wie Pressemitteilungen, schriftliche Publikationen, Datenbanken, elektronische Datenträger oder über Internet erfolgt.



- A X Bundesgericht
- B Eidg. Justiz- und Polizeidepartement
- C Eidg. Rassismuskommission

Höchste richterliche Instanz der Schweiz. In 3 Abteilungen (öffentlichrechtliche Abteilung, Zivilabteilung und Kassationshof) richten 30 von der Vereinigten Bundesversammlung für 6 Jahre gewählte hauptamtliche und 30 nebenamtliche Bundesrichter/innen.



- A Eidg. Börsenkomitee
- B X Eidg. Bankenkommission
- C Bundesamt für Kultur

Sie beaufsichtigt Banken, Anlagefonds, Pfandbriefanstalten sowie das Börsenwesen – also die Effektenhändler, die Offenlegung von Beteiligungen und öffentliche Kaufangebote.



- A X Parlamentsdienste
- B Eidg. Gebäudeversicherung
- C Bundesamt für Kultur

Die Parlamentsdienste stehen den beiden Räten (National- und Ständerat) und ihren Organen zur Verfügung; sie

- planen und organisieren die Sessionen und die Kommissionssitzungen
- erledigen die Sekretariatsgeschäfte und erstellen Berichte, Protokolle sowie Übersetzungen
- beschaffen und archivieren Dokumente
- beraten die Ratsmitglieder in Fach- und Verfahrensfragen

Sie stehen unter der Leitung der Generalsekretärin der Bundesversammlung.



- A X Eidg. Finanzdepartement
- B Präsenz Schweiz
- C Integrationsbüro

Das EFD plant und realisiert die Ressourcenentscheide der Landesregierung: Finanzen, Personal, Bau und Informatik.

Die Finanzpolitik steckt den materiellen Rahmen für die Sozial-, die Landwirtschafts-, die Verkehrs-, die Bildungs- und die Sicherheitspolitik ab.

Das EFD erbringt Dienstleistungen für die ganze Bundesverwaltung. Das Spektrum reicht von der Informatik über die Weiterbildung bis zum Bereitstellen von Arbeitsraum und -mitteln.

Das EFD vollzieht das Inkasso der Steuern und Zölle (über 40 Mrd. pro Jahr), die Kontrolle des Personen- und Warenverkehrs an der Grenze, die Kontrolle des Alkoholhandels, die Abwicklung des Zahlungsverkehrs oder die Durchsetzung strenger Sparvorgaben beim Bund.



- A Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie
- B X Bundesamt für Zivilluftfahrt
- C Bundesamt für Wasser und Geologie

Das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) ist für die Gesetzgebung und die Aufsicht über die zivile Luftfahrt zuständig. Im Wesentlichen gehören drei Elemente zur Zivilluftfahrt: das Luftfahrtpersonal, die Fluggeräte und die Infrastruktur. Beim Luftfahrtpersonal stellt das BAZL sicher, dass Pilot/innen und Unterhaltungspezialist/innen eine möglichst umfassende und moderne Aus- und Weiterbildung erhalten. Bei den Fluggeräten definiert das BAZL die technischen Voraussetzungen, welche diese Geräte – vom Heissluftballon über das Segelflugzeug bis zum Grossraumflugzeug – für einen sicheren Betrieb zu erfüllen haben. Und bei der Infrastruktur – dazu gehören der Luftraum mit der Flugsicherung sowie die Flugplätze – sorgt das BAZL für eine möglichst reibungslose und umweltfreundliche Nutzung. Einen wesentlichen Teil nimmt die Aufsichtstätigkeit in diesen drei Bereichen in Anspruch, dazu kommt eine grosse Zahl internationaler Aktivitäten, insbesondere für die Luftverkehrsabkommen zwischen der Schweiz und anderen Staaten.



- A Eidg. Fischereiaufsichtskommission
- B X Bundesamt für Wasser und Geologie
- C Nationale Aufsichtskommission des grafischen Gewerbes

Das Bundesamt für Wasser und Geologie ist die Fachstelle des Bundes in Bezug auf Wassernutzung, Wasserwirtschaft, Hydrologie, Geologie und die Naturgefahren Hochwasser, Erdbeben und Massenbewegungen.



- A Nationale Alarmzentrale
- B X Bundesamt für Kommunikation
- C Bundesamt für Wasser und Geologie

Das Bakom sorgt dafür, dass es im Wettbewerb der Radio-, TV-, Telefon-, E-Mail- und Internetanbieter fair zu und her geht, oder auch, dass die SRG mit ihren Angeboten allen Landesteilen und Bevölkerungsgruppen gerecht wird. Das Bakom diskutiert mit Parlament und Medienkreisen auch, wie Gebühren verteilt werden und wie viel Werbung ausgestrahlt werden darf, oder wie der Staat mit den stets knapperen UKW-Frequenzen umgehen kann.



- A X Bundesamt für Landwirtschaft
- B Bundesamt für Raumentwicklung
- C Bundesamt für Gesundheit

Das BLW setzt sich dafür ein, dass Bäuerinnen und Bauern nachhaltig und auf den Markt ausgerichtet qualitativ hochwertige Nahrungsmittel produzieren. Es setzt sich für eine multifunktionale Landwirtschaft ein, die einen wesentlichen Beitrag leistet zur:

- sicheren Versorgung der Bevölkerung
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen und Pflege der Kulturlandschaft
- dezentralen Besiedlung des Landes



- A Eidg. Pfeifenraucherkommission
- B X Schweiz. Wissenschafts- und Technologierat
- C Bundesamt für Strassen

Der Schweizerische Wissenschafts- und Technologierat (SWTR) ist das Konsultativorgan des Bundesrates in allen Fragen der Wissenschafts-, Bildungs-, Forschungs- und Technologiepolitik. Als Sprachrohr der Wissenschaft erarbeitet er zuhanden des Bundesrates Gesamtkonzepte und schlägt Massnahmen zu deren Verwirklichung vor. Aus eigener Initiative oder im Auftrag des Bundesrates, des Eidgenössischen Departements des Innern oder des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements nimmt er Stellung zu aktuellen Problemen und Vorhaben in Wissenschaft, Bildung und Technologie. Er steht auch anderen Bundesbehörden, kantonalen Instanzen und Universitäten zur Verfügung.



- A Eidg. Hochschule der Künste
- B Bundesamt für Veterinärwesen
- C X Hauptabteilung für die Sicherung der Kernanlagen

Die HSK ist in der Schweiz die Sicherheitsbehörde des Bundes auf dem Gebiet der Kernenergie. Sie ist eine technisch-wissenschaftlich ausgerichtete Institution.

Die HSK beaufsichtigt und beurteilt in erster Linie die nukleare Sicherheit und den Strahlenschutz der Schweizer Kernanlagen. Ferner übernimmt sie die wissenschaftliche Begleitung und die Begutachtung der erdwissenschaftlichen Untersuchungen im Hinblick auf die Endlagerung der radioaktiven Abfälle wie zum Beispiel der Sondierbohrungen. Ihrer Aufsicht sind auch die Kernanlagen (Forschungsreaktor Proteus, Bundeszwischenlager etc.) des PSI in Würenlingen sowie der EPFL in Lausanne und der Universität Basel unterstellt.



- A X Schweiz. Bundesarchiv
- B Eidg. Fachkommission für die Förderung von Windenergie
- C Bundesamt für Energie

Das Schweizerische Bundesarchiv (BAR) ist das Gedächtnis des Bundesstaates. Laut Bundesgesetz über die Archivierung hat es dauernd wertvolle Unterlagen des Bundes zu sichern, zu erschliessen, zu vermitteln und auszuwerten. Damit erfüllt das BAR eine zentrale Funktion in einem demokratischen Rechtsstaat: es dokumentiert Entstehung und Entwicklung von Rechten und Freiheiten und macht staatliches Handeln nachvollziehbar.

Gleichzeitig ist sein Archivgut Grundlage für die Geschichtsschreibung.



- A Bundesamt für Kommunikation
- B Eidg. Stelle für Auswanderungsfragen
- C X Bundesamt für Verkehr

Das BAV hat einerseits den Auftrag, die Sicherheit des öffentlichen Verkehrs zu gewährleisten. Andererseits ist es dafür besorgt, mit optimalen Rahmenbedingungen die Qualität des Angebots laufend zu verbessern. Dies gilt für den Personenverkehr, aber auch für die Verlagerung von Gütern von der Strasse auf die Schiene.



- A Bundesamt für Sport Magglingen
- B X Eidg. Ausländerkommission
- C Rat der eidg. Technischen Hochschulen

Die EKA wurde 1970 als Expertenkommission des Bundesrates für Ausländer und Integrationsfragen gegründet. Sie bereitet die Anträge zur Mittelvergabe im Rahmen des Integrationsförderungsprogrammes des Bundes vor.



- A Bundesamt für Wasser und Geologie
- B X Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie
- C Eidg. Wetterkommission

Die MeteoSchweiz ist ein nationaler Wetterdienst und erfüllt als solcher meteorologische Aufgaben zum Nutzen von Bevölkerung, Wirtschaft und öffentlichen Institutionen.

MeteoSchweiz erstellt allgemeine sowie spezifische Prognosen und warnt die Einsatzbehörden der Kantone, wenn Sturmwinde, starke Regenfälle und Gewitter drohen. Die Luftfahrt ist nicht denkbar ohne die Wetterberatung für Pilot/innen und Flughäfen.

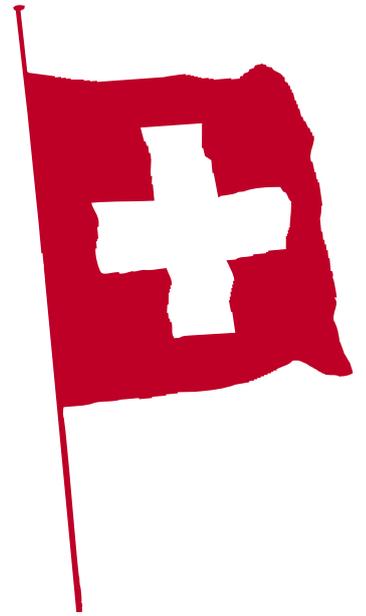
In nationalen und internationalen Forschungsprojekten engagiert sich Meteo Schweiz für ein besseres Verständnis der Klimaphänomene. Sie ist Vertreterin der Schweiz in der World Meteorological Organization.



- A X Eidg. Kommunikationskommission
- B Comedia – Eidg. Anlaufstelle für komische Berufe
- C Bundesamt für Kommunikation

Die ComCom ist eine eidg. ausserparlamentarische Kommission, beauftragt unter anderem mit der Erteilung von Telekommunikationskonzessionen und der Genehmigung des nationalen Frequenzzuweisungs- und Nummerierungsplanes.

Ein neues Wappen für die Schweiz



Aufgabe

Stell dir vor, die schweizerische Regierung beauftragt ein Werbebüro, dessen Art Director / Art Directress du bist, mit der Schaffung eines neuen Wappens für die Schweiz.

Lies das Kurations-Briefing genau durch und halte dich bei der Umsetzung an die Vorgaben. Aufgrund einer Bevölkerungsbefragung (die natürlich nie stattgefunden hat) ist eine Auswahl von Sujets, Formen und Farben herausgekommen, die fürs neue Schweizer Staatswappen in Frage kommen. Diese Auswahl ist nebst deiner eigenen Fantasie gewissermassen deine Werkzeugpalette.

Entwirf ein Wappen. In einem Kurzreferat vor der Jury (deine Klasse oder eben «die Regierung» ...)

begründest du anschliessend deinen Entwurf. Nimm dabei Bezug auf die Vorgaben des Kurations-Briefings.

Für welches Wappen entscheidet sich die Jury?

Das Museum für Kommunikation ist übrigens an deinem Entwurf sehr interessiert. Wer bis am 28. August 2005 einen Entwurf am Empfang des Museums an der Helvetiastrasse 16 in Bern abgibt, erhält einen Gratiseintritt.

Kurations-Briefing

Kunde: Die Schweizerische Eidgenossenschaft, vertreten durch den Gesamtbundesrat

Datum: 15. Oktober 2004

1. Ausgangslage

- Für die Schweizerische Eidgenossenschaft soll eine Dachmarke (Wappen) geschaffen werden, welche als Absender bei verschiedensten Anlässen, Massnahmen und Aktivitäten verwendet werden kann.
- Die Marke Schweiz wird in der Schweiz und international zum Einsatz gelangen.

2. Zielgruppe

Die Dachmarke Schweiz zielt auf verschiedene Zielgruppen ab:

- Standort-Marketing (Unternehmen, Institutionen; Bereiche: Wirtschaft, Arbeitsplätze, Forschung)
- Tourismus-Marketing (Tourist/innen, Geschäftsreisende; Bereiche: Ausflüge, Ferien, Tagungen, Kongresse, Veranstaltungen)
- Regional-Marketing (Bevölkerung; Bereiche: Kultur, Sport, Freizeit, Wohnen, Einkaufen, Identitätsfindung)
- Verwaltungs-Marketing (Bevölkerung, Politik; Bereiche: Kommunikation, Gesundheit, Bildung, Soziales, Identitätsfindung, internationaler Austausch)

3. Ziel und Aufträge

- Mit der Dachmarke will sich die Schweiz ein Profil geben und sich positiv von anderen Ländern differenzieren. Die Marke Schweiz bildet dementsprechend eine Klammer um die Werte, für welche das Land steht.
- Erarbeitung eines Logos/einer Bildmarke (Wappen) (später evtl. Ergänzung mit der Wortmarke «Schweiz» und einem Slogan)

4. Botschaften

Hauptbotschaft:

- Die Schweiz ist ein traditionsreicher, multikultureller Staat.

Weitere Kernbotschaften:

- Die Schweiz ist ein attraktiver Platz für Arbeit, Leben, Tourismus und Bildung, geprägt durch Vielseitigkeit und Lebensqualität.
- In der Schweiz wird direkte Demokratie gelebt. Die Mitbestimmung aller Bürger/innen ist nicht bloss eine leere Floskel, Minderheiten werden beachtet.
- Die Uneinheitlichkeit des Landes (Sprachenvielfalt, ethnische und religiöse Vielfalt, städtische und ländliche Regionen, der föderalistische Aufbau und die Gliederung in die drei Ebenen Bund, Kantone und Gemeinden) macht aus der Schweiz eine Willensnation.
- Als Finanzplatz und Verkehrsknotenpunkt, mit wichtigen Industriezweigen wie der Pharma- oder Lebensmittelindustrie, dank dem hohen Bildungsniveau und dem grossen Engagement in der humanitären Hilfe spielt die Schweiz international eine – angesichts der Grösse des Staates – erstaunlich wichtige Rolle.

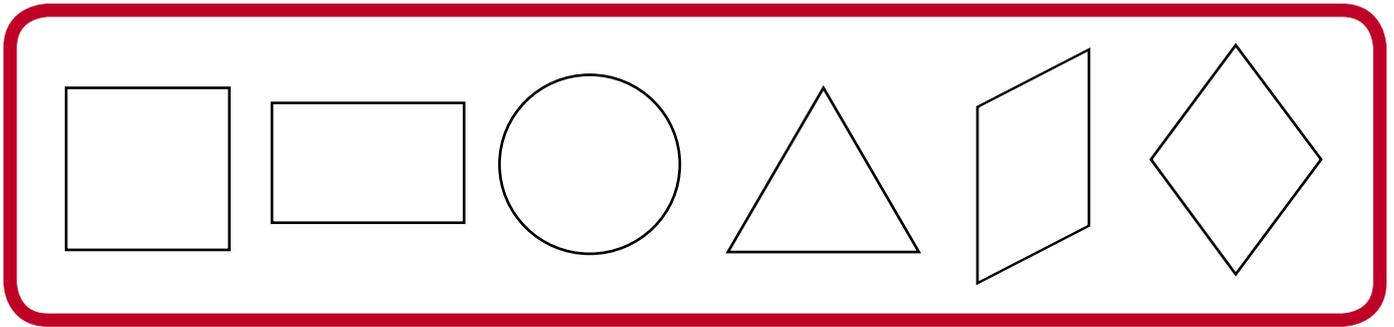
5. Stil und Tonalität

- Die Marke Schweiz muss Glaubwürdigkeit und Dynamik vermitteln und soll die Zielgruppen auch emotional ansprechen.

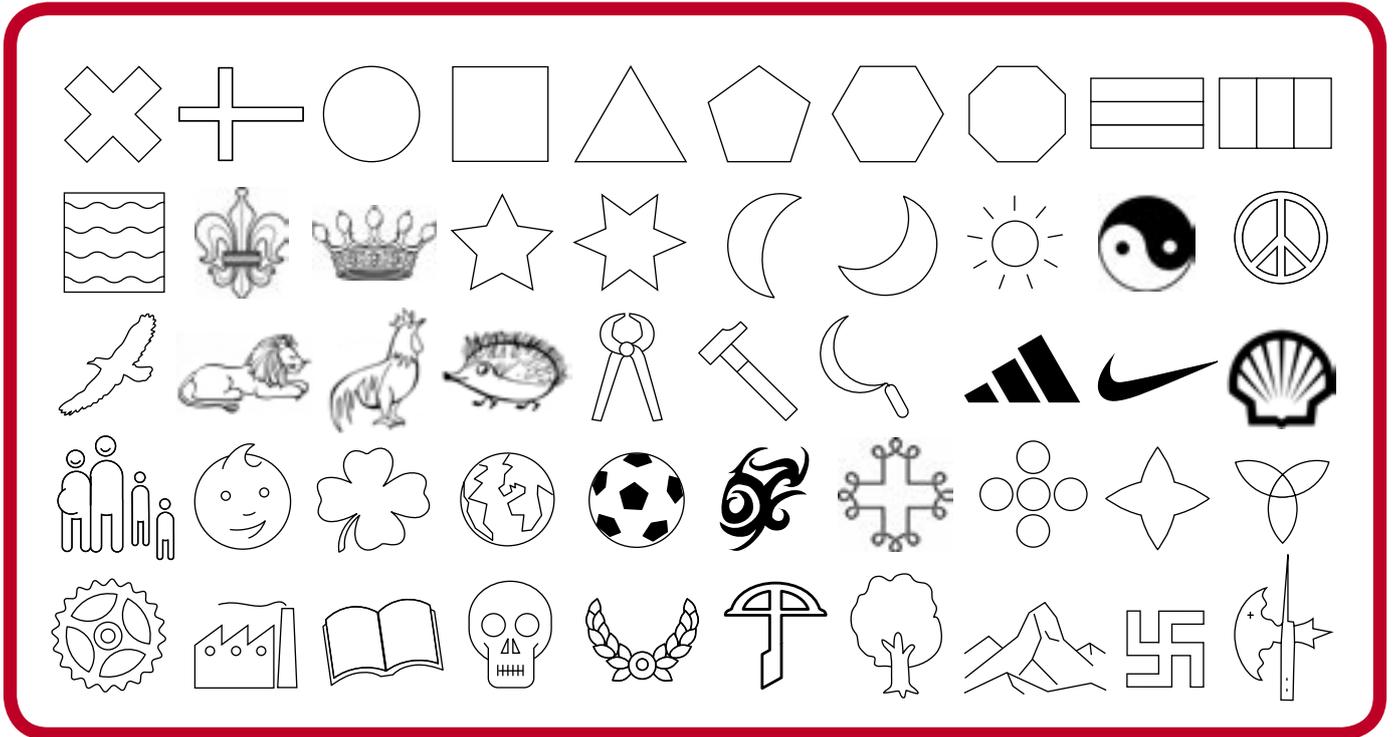
6. Termine

- Bis spätestens 28. August 2005

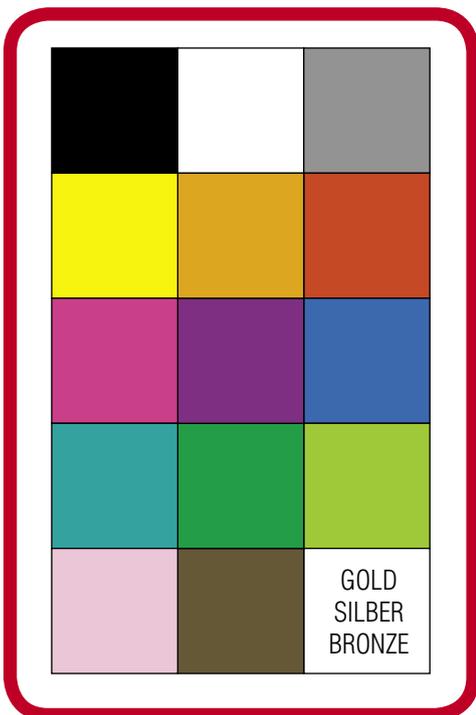
Wähle die Grundfläche des neuen Schweizer Wappens (drehen und spiegeln der Grundfläche ist möglich)



Wähle kein, ein oder mehrere Sujets fürs neue Schweizer Wappen



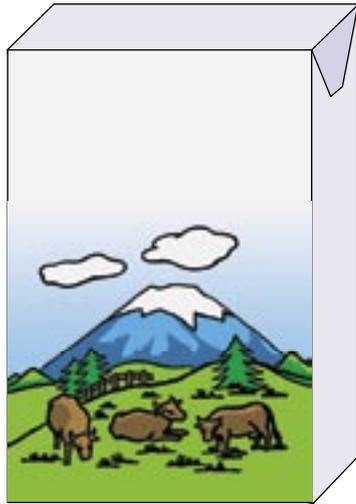
Wähle die Farben



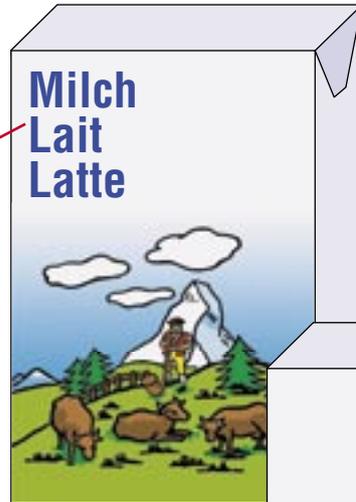
Entwurf des neuen Schweizer Wappens



Milch Lait Latte



Milch
Lait
Latte



Milk

牛乳



LECHE

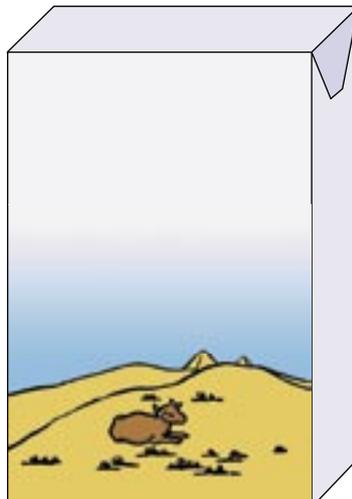
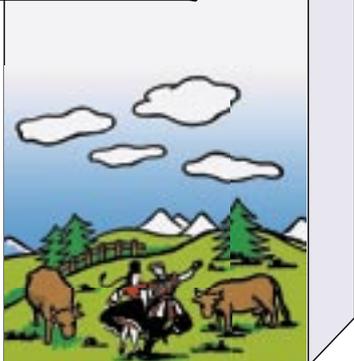
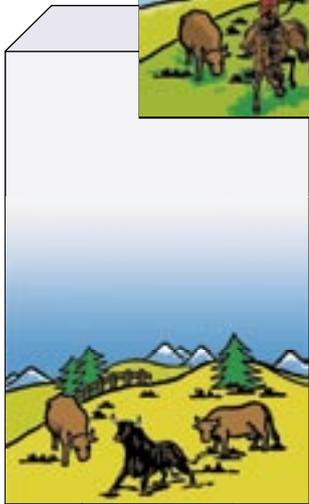
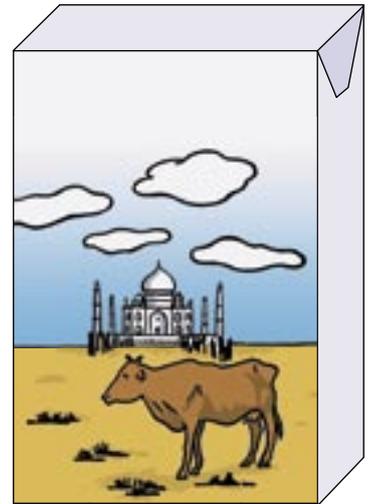
दूध

MELK

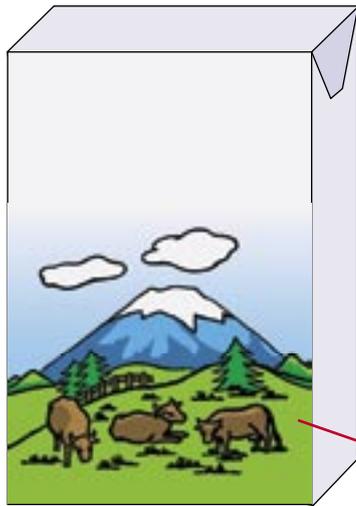
Latte

حليب

МЛЯКО



Milch Lait Latte



Milch
Lait
Latte



Milch
Lait
Latte

Milk^{USA}

牛乳^{JP}



LECHE^{ES}

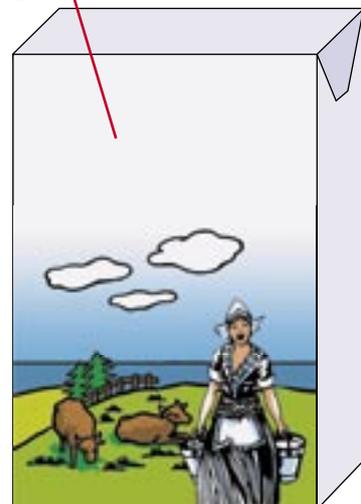
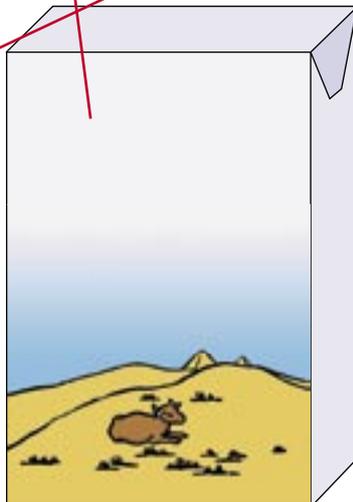
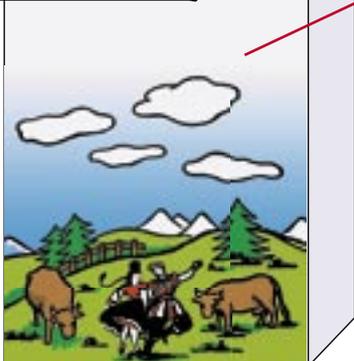
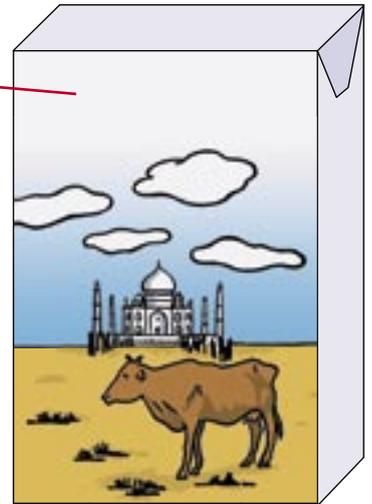
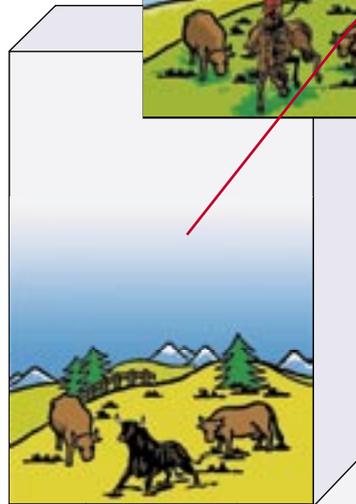
दूध^{IN}

MELK^{NL}

Latte^{IT}

حليب^{EG}

МЛЯКО^{BG}



Zur Aufgabe «Milch Lait Latte»

Klischees in Wort und Bild

Es gibt kaum ein Land, eine Bevölkerungsgruppe, über die nicht in Form von Witzen reflektiert wird. Die (literarische) Form des Witzes dient im besten Fall...

...als Mittel des Nachdenkens über die eigene Situation

...als Ventil für nicht auslebbare Emotionen

...als Mittel, innere Distanz zu gewinnen

...als Mittel, Widerstand zu leisten.

Die weit verbreiteten ethnischen Witze und Spötteleien dienen aber oft...

...der Ab- und Ausgrenzung

...als Mittel, etwas oder jemanden lächerlich zu machen (Rassismus, Sexismus).

Da gibt es die trinkfreudigen Iren, die amourösen Italiener, die betrügerisch-cleveren Chinesen, geizige Schotten und Juden, diebische Polen, langsame Berner, dumme Ostfriesen oder eben rückständige und berechnende Schweizer – um nur einige der gängigen Klischees zu nennen.

Die «Karikaturen» – fiktive Milchpackungen aus verschiedenen Ländern – stellen Klischees visuell dar. Witze tun dies in Worten. Wie gehen wir mit den eingefahrenen Vorstellungen von der Schweiz und den Schweizerinnen und Schweizern um? Welche Klischees kennen wir von den anderen Ländern? Welche Klischees werden über die Bilder auf der Milchpackung transportiert? Weshalb greift die Werbeindustrie auf die immer gleichen Klischees in Wort und Bild zurück?

Falls die Zuordnung der Milchpackungen zu den entsprechenden Ländern (das Wort «Milch» steht jeweils in der entsprechenden Landessprache geschrieben) einfach war, ist die letzte Frage wohl schon beantwortet!

Eine kleine Auswahl von «Schweizer Witzen»

Zwei Schweizer Jäger verirren sich nachts im Wald. «Gib doch einen Schuss ab», schlägt der eine vor. «Vielleicht findet man uns dann leichter.» Der zweite befolgt den Rat. Keine Reaktion. «Schiess noch mal!», fordert ihn der erste auf. Wieder ein Schuss, wieder keine Reaktion. «Noch einen Schuss!», drängt sein Freund. «Tut mir leid!», antwortet der Schütze, «das war mein letzter Pfeil.»

Als der Liebe Gott den Schweizer erschaffen hatte, war ihm dieser sogleich ans Herz gewachsen. Also fragte ihn der Liebe Gott: «Mein lieber Schweizer, was kann ich noch für dich tun?» Der Schweizer wünschte sich schöne Berge mit saftigen grünen Wiesen und kristallklaren Gebirgsbächen. Gott erfüllte ihm diesen Wunsch und fragte wiederum: «Was willst du noch?» Darauf der Schweizer: «Jetzt wünsche ich mir auf den Weiden gesunde, glückliche Kühe, die die beste Milch auf der ganzen Welt geben.» Gott erfüllte ihm auch diesen Wunsch, und der Schweizer molk eine der Kühe und ließ Gott ein Glas von der wunderbaren guten Milch kosten. Und wieder fragte Gott: «Was willst du noch?» – «Zwei Franken fünfzig für die Milch!»

Ein Mann will in einer Bank in Zürich Geld aufs Konto überweisen.

«Wie viel wollen Sie denn einzahlen?», fragt der Kassier.

Flüstert der Mann: «Drei Millionen.»

«Sie können ruhig lauter sprechen», sagt der Bankangestellte, «in der Schweiz ist Armut keine Schande.»

Frage an Radio Eriwan: «Wäre es möglich, den Sozialismus auch in der Schweiz einzuführen?»

Antwort: «Im Prinzip ja, aber es wäre schade drum.»

Auf einem Berner Oberländer Bauernhof macht eine Zürcher Familie mit ihren Kindern Urlaub. Die beiden Kinder, zwei Knaben, sehen zu, wie die Herde gemächlichen Schrittes von der Weide in den Stall tritt. «Schau, wie gescheit die Kühe sind», sagt der jüngere von den beiden, «jede findet sofort ihren richtigen Platz.» «Was ist denn da schon dabei, über jedem Platz hängt doch ein Schild mit dem Namen!»

Die adlige Frau Sarasin, während eines Banketts zum Tischnachbarn an ihrer linken Seite: «Sind Sie öpper oder schaffe Sie?»

Fremdenführung in Bern: Ein Amerikaner nörgelt ständig, dass in seiner Heimat alles höher, breiter, länger und schöner sei. «Das Empire State Building wurde in drei Wochen gebaut!», brüstet er sich schliesslich, deutet auf das Berner Münster und fragt: «Wie lange war denn die Bauzeit hier?» Der Fremdenführer hat lange zugehört, aber nun platzt ihm der Kragen. «Huch!», reisst er erstaunt die Augen auf, «das war gestern noch nicht da!»

Warum sieht man in Zürich nie drei Polizisten nebeneinander gehen? Man könnte meinen, der Mittlere werde abgeführt...

Grundschule Kleinbasel, an einem schönen Tag um 09.25 Uhr.

Lehrer fragt in die Schülerrunde: «Wer hat gesagt: ‚Durch diese hohle Gasse muss er kommen‘?»

Der kleine Zlatko springt auf und antwortet: «Willhelm Tell, 1250.»

Lehrer: «Wer hat gesagt: ‚Lasst uns sein ein einig Volk von Brüdern‘?»

Fatma ruft sofort: «Die 3 Eidgenossen beim Rütlichschwur, 1291.»

Lehrer: «... und wer hat gesagt: ‚Eidgenossen, ich will euch eine Gasse bahnen, sorget für mein Weib und meine Kinder‘?»

Mutombo meldet sich zu Wort: «Arnold Winkelried, 1386.»

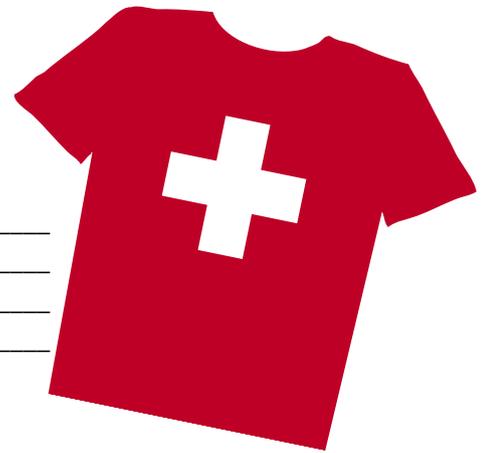
Lehrer zu den Kindern: «Es ist schön, dass ihr so viel wisst. Aber, liebe Schweizer Kinder, die richtigen Antworten stammen alle von unseren Mitschülern oder Mitschülerinnen aus Kroatien, der Türkei und Senegal. Nehmt euch an ihnen ein Beispiel!»

Stimme aus der letzten Reihe: «Scheiss-Ausländer!»

Lehrer: «WER HAT DAS GESAGT?!?»

Wieder aus der letzten Reihe: «Christoph Blocher, 1999.»

«Guten Tag. Darf ich Ihnen ein paar Fragen rund ums Schweizer Kreuz stellen?»



Tragen Sie Kleider mit dem Schweizer Kreuz drauf?

- ja
- nein

Wenn ja: Welche? _____

Was möchten Sie damit ausdrücken? _____

Wenn nein: Bewusst nicht? _____

Sind Sie im Besitz anderer Produkte, die mit dem Schweizer Kreuz versehen sind?

- ja
- nein

Wenn ja: Welche? _____

Was ist für Sie das Schweizer Kreuz? Verteilen Sie 3, 2, 1 und 0 Punkte

- ___ Ein Symbol nationaler Zugehörigkeit
- ___ Ein Hoheitszeichen
- ___ Eine Herkunftsbezeichnung
- ___ Ein Logo

Finden Sie es gut, das Schweizer Kreuz für «Produkte» zu brauchen?

- ja
- Weshalb? _____

Gibt es ein Unternehmen, welches Sie besonders mit dem Schweizer Kreuz in Verbindung bringen?

- ja
- nein

Wenn ja: Welches? _____

Trauen Sie einem Produkt eher, wenn es ein Schweizer Kreuz darauf hat?

- ja
- nein

Weshalb? _____

Ziehen Sie Schweizer Produkte anderen vor?

- ja
- nein

Wenn ja: Würden Sie dafür mehr Geld ausgeben?

- ja
- nein

- nein
- Weshalb? _____

Sollte es eine Instanz geben, welche die Verwendung des Schweizer Kreuzes überwacht?

- ja
- nein

Denken Sie, dass viele mit dem Schweizer Kreuz nur Manipulation betreiben?

- ja
- nein

Weckt das Schweizer Kreuz bei Ihnen Zugehörigkeitsgefühle?

- ja
- nein

Sind Sie Schweizer/Schweizerin?

- ja
- nein

Wenn ja: Wie fühlen Sie sich als Schweizer/in? Nennen Sie 2 Adjektive (Bsp. stolz, mulmig).

Überträgt sich dieses Gefühl auch auf Schweizer Produkte?

- ja
- nein

Welche der folgenden drei Möglichkeiten würden Sie wählen?

- Ein neues Wappen für die Schweiz designen.
- Das Schweizer Wappen ersatzlos abschaffen.
- Das Schweizer Kreuz als Wappen behalten.

Für die vier letzten Fragen nochmals zurück zum Anfangsthema:

Geht die Mode-Erscheinung «T-Shirt mit Schweizer Kreuz» wieder vorbei?

- ja
- nein

Würden Sie eines anziehen?

- ja
- nein

Verliert oder gewinnt das Wappen respektive die Schweiz dadurch an Wert, dass viele Leute solche T-Shirts tragen?

- verliert
- gewinnt

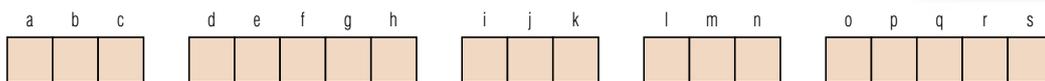
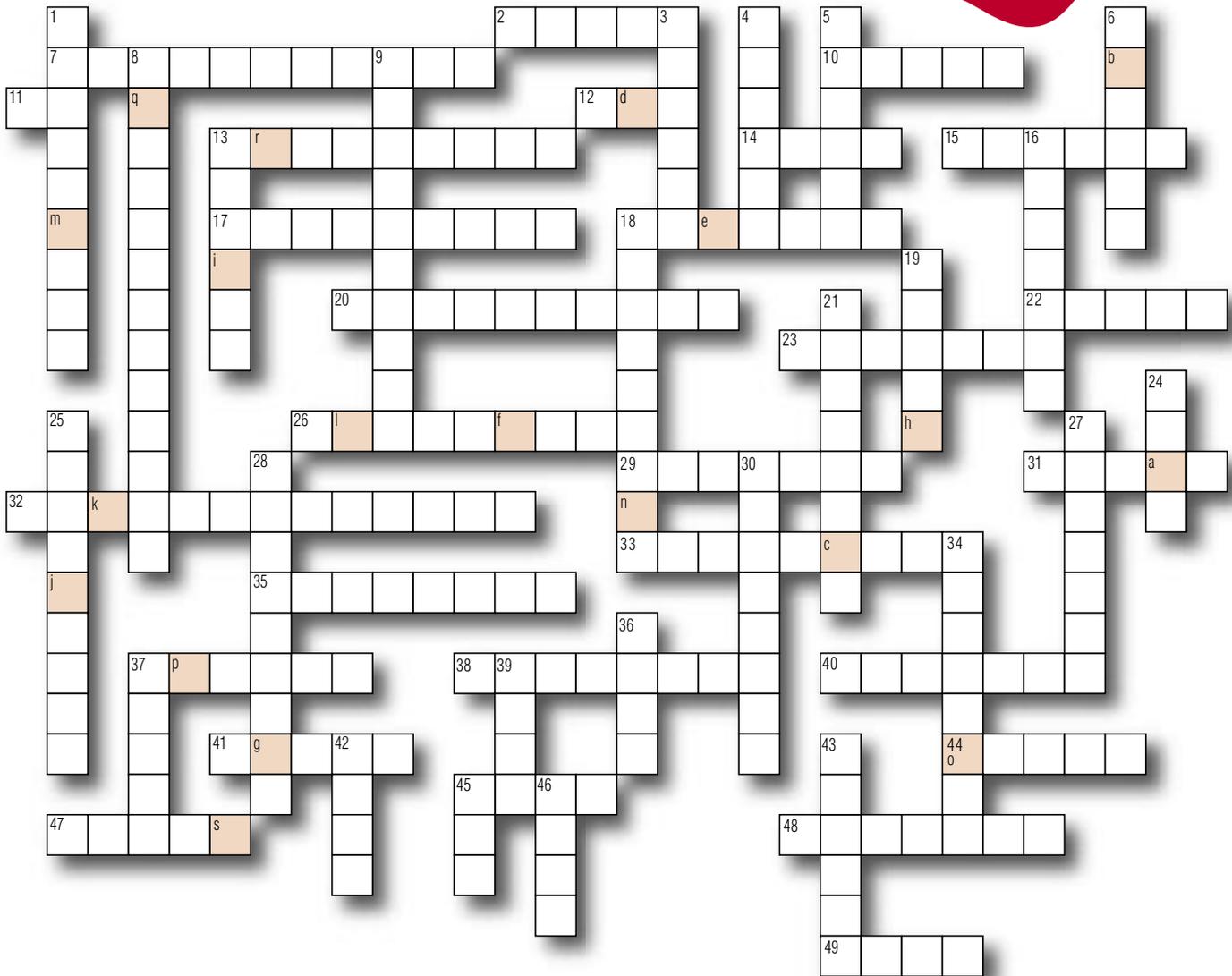
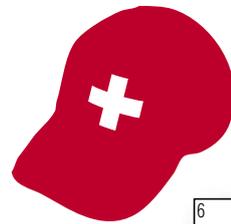
Haben Sie das Gefühl, der Gebrauch des Schweizer Kreuzes auf Modeartikeln hat etwas mit Patriotismus zu tun?

- ja
- nein

Das wärs eigentlich gewesen. Gibt es irgend etwas, das Sie zu diesem Thema noch loswerden möchten?

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben.

Kreuzworträtsel



Waagrecht

2. Tyler Brulé hat diese Marke „designed“.
7. Sollten wir Skifahrer/innen aus diesem Land einbürgern, um wieder erfolgreich zu sein? (ö = oe)
10. das Dach Europas
11. Hier ist die Schweiz nicht Mitglied.
12. Wintersportgerät
13. die Regierung der Schweiz
14. Kurzwort für „Ausstellung“; war in der Schweiz 2002 besonders aktuell
15. Guetzli aus dem Emmental
17. So nennt sich die eidg. Münzpräge-Anstalt.
18. nicht nur ein Graubündner Bergmassiv
20. Aus Mutters Name „Victoria“ und rostfreiem Stahl setzt sich dieser bekannte Markenname zusammen.
22. Freund einer berühmten Schweizer Romanfigur
23. Vorname eines reichen Schweizer Seglers
26. Wächst selten genug in den Alpen und ist ein Symbol für die Schweiz

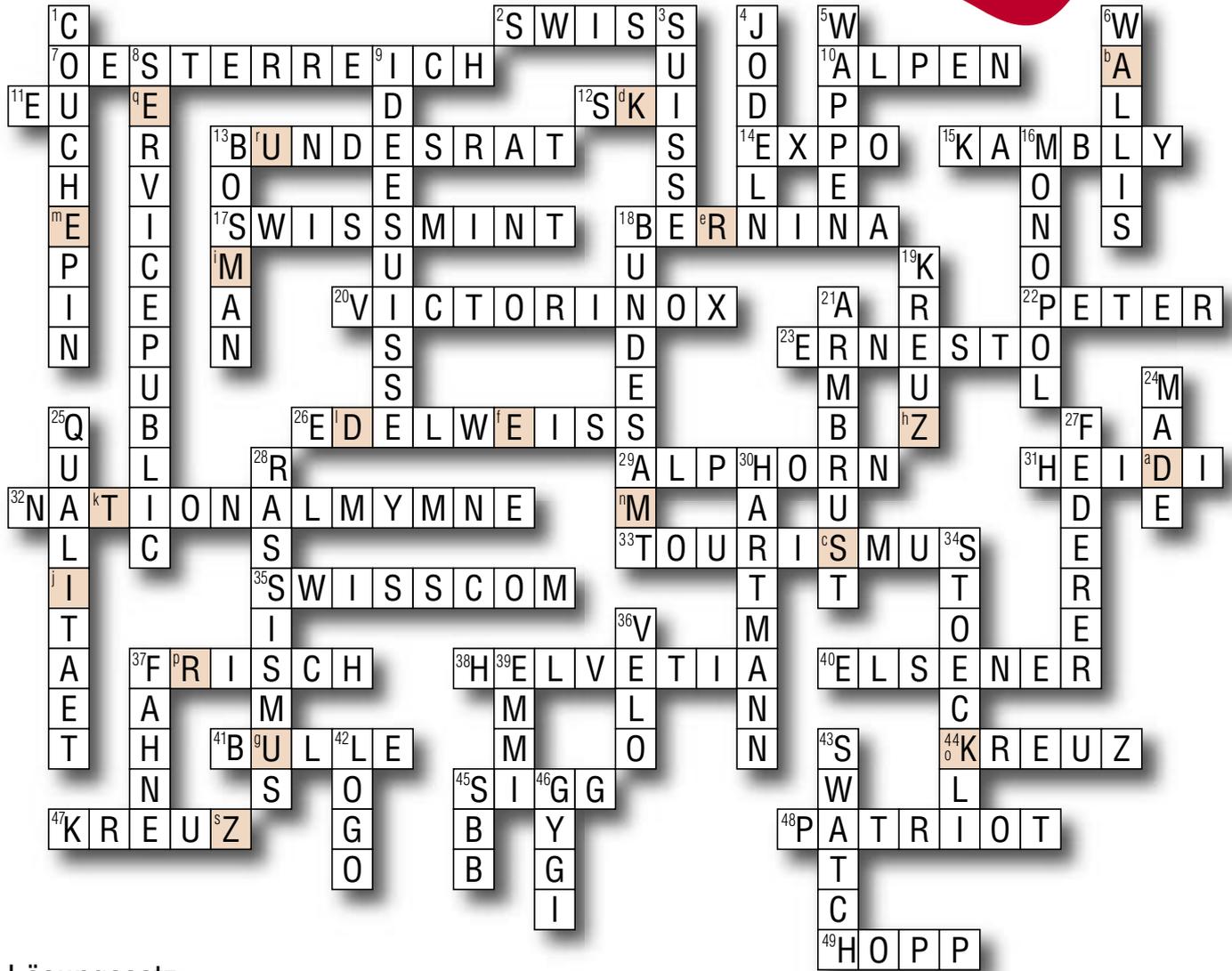
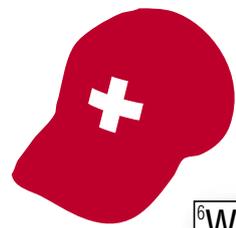
29. vielleicht DAS schweizerischste aller Musikinstrumente
31. Romanfigur von Johanna Spyri
32. wird vor Fussball-Länderspielen intoniert
33. Fremdenverkehr
35. Eine AG, die aus der PTT hervorgegangen ist und zu 51% dem Bund gehört
37. kritischer Schweizer Schriftsteller
38. Titel einer CD von Michael von der Heide
40. Er fabrizierte 1891 das erste Soldatenmesser in der Schweiz.
41. Da dürfen die Schüler/innen keine Kleidungsstücke mit Schweizer Kreuz tragen.
44. christliches Symbol
45. Kuhn Rikon lässt unter dieser Marke Kochgeschirr produzieren.
47. Ist, weiss auf rotem Grund gezeichnet, für diese Ausstellung ziemlich wichtig.
48. Jemand, der für sein Vaterland eintritt
49. aufmunternder Zuruf bei Schweizer Sportanlässen

Senkrecht

1. Dieser Bundesrat begrüßte 2003 die Ailinghi-Crew am Genfer Flughafen.
3. „Schweiz“ en français
4. Viele Touristen denken, dass in der Schweiz alle diese Art des Singens beherrschen.
5. anderes Wort für Staatseblem
6. südlicher Bergkanton, deutsch- und französischsprachig
8. Dienst an der Allgemeinheit (2 Wörter)
9. SRG SSR... (2 Wörter)
13. Nach ihm ist das Urteil von 1995 benannt, das die Freizügigkeit von Profifussballern in EU-Staaten vorschreibt.
16. der alleinige Anspruch auf etwas
18. So ein Amt ist immer einem Departement zugeordnet.
19. Teil des Rückens
21. Diese Waffe ist noch nicht olympisch, dafür umso mehr helvetisch.

24. Kleines Tier, das als „...“ in Hongkong oder als „...“ in Switzerland Karriere macht.
25. Die „Marke Schweiz“ garantiert nebst Sicherheit und Seriosität auch dafür. (ä = ae)
27. Schweizer Tennis-As
28. übersteigertes Rassenbewusstsein
30. Er hat das SBB-Pfeilkreuz entworfen.
34. Schweizerische Skifirma (ö = oe)
36. Drahtesel
37. wird oft bei Sportveranstaltungen geschwenkt
39. grösster Dairy Food Produzent der Schweiz
42. Firmenzeichen, Signet
43. Bei dieser Marke kommt man nicht am Namen „Hayek“ vorbei.
45. Abk. für „Schweizerische Bundesbahnen“
46. Generaldirektor der Schweizerischen Post

Kreuzworträtsel



Lösungssatz:

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s
D A S **K R E U Z** **M I T** **D E M** **K R E U Z**

Waagrecht

- Tyler Brulé hat diese Marke „designed“.
- Sollten wir Skifahrer/innen aus diesem Land einbürgern, um wieder erfolgreich zu sein? (ö = oe)
- das Dach Europas
- Hier ist die Schweiz nicht Mitglied.
- Wintersportgerät
- die Regierung der Schweiz
- Kurzwort für „Ausstellung“; war in der Schweiz 2002 besonders aktuell
- Guetzli aus dem Emmental
- So nennt sich die eidg. Münzprägestalt.
- nicht nur ein Graubündner Bergmassiv
- Aus Mutters Name „Victoria“ und rostfreiem Stahl setzt sich dieser bekannte Markenname zusammen.
- Freund einer berühmten Schweizer Romanfigur
- Vorname eines reichen Schweizer Seglers
- Wächst selten genug in den Alpen und ist ein Symbol für die Schweiz

- vielleicht DAS schweizerischste aller Musikinstrumente
- Romanfigur von Johanna Spyri
- wird vor Fussball-Länderspielen intoniert
- Fremdenverkehr
- Eine AG, die aus der PTT hervorgegangen ist und zu 51% dem Bund gehört
- kritischer Schweizer Schriftsteller
- Titel einer CD von Michael von der Heide
- Er fabrizierte 1891 das erste Soldatenmesser in der Schweiz.
- Da dürfen die Schüler/innen keine Kleidungsstücke mit Schweizer Kreuz tragen.
- christliches Symbol
- Kuhn Rikon lässt unter dieser Marke Kochgeschirr produzieren.
- Ist, weiss auf rotem Grund gezeichnet, für diese Ausstellung ziemlich wichtig.
- Jemand, der für sein Vaterland eintritt
- aufmunternder Zuruf bei Schweizer Sportanlässen

Senkrecht

- Dieser Bundesrat begrüßte 2003 die Ailinghi-Crew am Genfer Flughafen.
- „Schweiz“ en français
- Viele Touristen denken, dass in der Schweiz alle diese Art des Singens beherrschen.
- anderes Wort für Staatseblem
- südlicher Bergkanton, deutsch- und französischsprachig
- Dienst an der Allgemeinheit (2 Wörter)
- SRG SSR... (2 Wörter)
- Nach ihm ist das Urteil von 1995 benannt, das die Freizügigkeit von Profifussballern in EU-Staaten vorschreibt.
- der alleinige Anspruch auf etwas
- So ein Amt ist immer einem Departement zugeordnet.
- Teil des Rückens
- Diese Waffe ist noch nicht olympisch, dafür umso mehr helvetisch.

- Kleines Tier, das als „...“ in Hongkong oder als „...“ in Switzerland Karriere macht.
- Die „Marke Schweiz“ garantiert nebst Sicherheit und Seriosität auch dafür. (ä = ae)
- Schweizer Tennis-As
- übersteigertes Rassenbewusstsein
- Er hat das SBB-Pfeilkreuz entworfen.
- Schweizerische Skifirma (ö = oe)
- Drahtesel
- wird oft bei Sportveranstaltungen geschwenkt
- grösster Dairy Food Produzent der Schweiz
- Firmenzeichen, Signet
- Bei dieser Marke kommt man nicht am Namen „Hayek“ vorbei.
- Abk. für „Schweizerische Bundesbahnen“
- Generaldirektor der Schweizerischen Post

Woher kommt das Schweizer Kreuz?

Obwohl die alten Eidgenossen nicht unter einer einheitlichen Schweizer Fahne ins Feld zogen, sondern mit den Fahnen der Kantone, geht das Schweizer Kreuz auf die Zeit der alten Eidgenossenschaft (Spätmittelalter) zurück. Im 13. Jahrhundert führte der Deutsche Kaiser eine Fahne mit dem Kreuz als heiliges Zeichen mit sich in den Krieg. Daneben führte er auch eine blutrote Fahne als Zeichen seiner Macht über Leben und Tod. Das Recht, solche Fahnen zu führen, wurde gelegentlich als besondere Auszeichnung an einzelne Städte oder Talschaften verliehen. So führten u.a. die Grafen von Savoyen, die Stadt Wien, aber auch die skandinavischen Staaten und Grossbritannien ein Kreuz in ihren Wappen bzw. Flaggen. Oft war das Recht zum Führen des Kreuzes in der Fahne mit anderen Privilegien, z.B. der Reichsunmittelbarkeit (direkte Unterstellung unter die kaiserliche Gerichtsbarkeit, ohne Grafen) verbunden.

So führten die Schwyzer, deren Namen auch auf die Schweizerische Eidgenossenschaft als Ganzes übergegangen ist, 1240 reichsfrei geworden, seit der Mitte des 13. Jahrhunderts eine rote Fahne mit sich (noch ohne das weisse Kreuz). 1289 unterstützten sie König Rudolf von Habsburg auf einem Kriegszug gegen Burgund und erhielten als Anerkennung das Recht, im roten Feld die Kreuzigung Christi und die Folterwerkzeuge darzustellen. Ursprünglich malte man dieses auch «heilig Rych» genannte Symbol auf Pergament und heftete es ans Banner. Erst später wurde das Kreuzsymbol direkt auf den Stoff gemalt.

Je grösser die alte Eidgenossenschaft wurde, desto mehr stellte sich das Problem, dass die uneinheitlich gekleideten und unter ihren Kantonsfahnen ins Feld ziehenden eidgenössischen Soldaten sich gegenseitig erkennen konnten. In Beschreibungen der Schlacht von Laupen (1339) sind erstmals Kreuze aus weissen Stoffstreifen bezeugt, die als gemeinsames eidgenössisches Erkennungszeichen auf Brust, Rücken, Schultern, Arme, Beine, Hüte oder Waffen geheftet wurden. In der Mitte des 15. Jahrhunderts wurde das weisse Kreuz in die Fahnen der Kantone integriert. Auch in der Schweiz wurde das Kreuz ursprünglich meist bis zum Rand der Fahne durchgezogen, wie heute noch in den skandinavischen Flaggen.

Die Trikolore der Helvetischen Republik: eine kurze Episode

Inspiziert von der französischen Revolution erhoben sich Liberale in der Westschweiz, besonders im Kanton Waadt gegen die Herrschaft Berns und verlangten demokratische Selbstbestimmungsrechte. Um ihren Forderungen Nachdruck zu verleihen, riefen sie die Franzosen zu Hilfe. Diese besetzten die Schweiz militärisch und garantierten als Schutzmacht gegen die konservativen Kräfte die revolutionäre zentralistische Verfassung unter dem Namen Helvetische Republik. Entsprechend der revolutionären Mode erhielt die Helvetische Republik auch eine Trikolore, das heisst eine Flagge in drei Farben (grün – rot – gelb). Einzig die Wahl der grünen Farbe ist belegt: Grün als die Farbe der Freiheit und der Revolution ist eben das Zugeständnis an den neuen Kanton Waadt, der sich so enthusiastisch zur Französischen Revolution bekannte. Grün ist aber auch die Farbe der Natur (Landschaftssakralisierung). Auf einigen Fahnen ist zusätzlich ein Freiheitshut zu sehen – auf unserer Abbildung fehlt dieser leider. Der federgeschmückte Tellenhut symbolisiert die durch die Helvetische Revolution wieder gefundene Freiheit und nationale Einheit. Der Freiheitshut zierte zahllose Freiheitsbäume.



Das Schweizer Kreuz als nationales Symbol

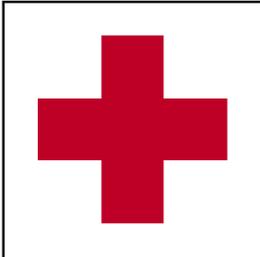
Nach dem Sturz des französischen Militärdiktators Napoleon gewannen die konservativen Kräfte in der Schweiz wieder die Oberhand und versuchten das Rad der Geschichte zurückzudrehen. Mit der Restauration von 1815 kehrte man nicht bloss zu alten politischen Institutionen, sondern auch zu deren Symbolen zurück. Dem Revolutionsgrün von 1798 hielten einzig die 1803 durch die Mediationsverfassung neu geschaffenen Kantone St. Gallen, Waadt, Thurgau sowie der 1815 als Teil der Schweiz anerkannte Kanton Neuenburg in ihren Wappen die Treue. Wilhelm Tell, der damals als Revolutionär galt, musste als Symbol vom Staatssiegel weichen, er wurde durch das weisse Kreuz auf rotem Schild ersetzt.

Ebenfalls 1815 schuf man die ersten eidgenössischen Batallionsfahnen mit Schweizer Kreuz, diese genossen aber wegen der extrem föderalistischen Stimmung des frühen 19. Jahrhunderts keine grosse Akzeptanz. Schon bald lebte der alte Brauch der an den uneinheitlichen Uniformen befestigten Stoffstreifen in neuer Form wieder auf: als rote Armbinde mit weissem Kreuz. Diese Armbinde wurde erst zu Beginn des Ersten Weltkrieges (1914) abgeschafft.

Nach der französischen Julirevolution von 1830 setzte auch in der Schweiz eine Regeneration fortschrittlich-liberaler Werte ein, man diskutierte eine Stärkung der zentralen Institutionen und das Modell des Bundesstaates. Es erstaunt deshalb nicht, dass in den 1830er-Jahren auch die Frage einer einheitlichen Fahne für die Schweizer

Armee heftig diskutiert und 1840 durch einen knappen Mehrheitsbeschluss der Tagsatzung (Konferenz der Kantonsregierungen; vor 1848 gab es mit Ausnahme der Helvetik, 1798–1802, keine gesamtschweizerische Regierung) positiv entschieden wurde. Massgeblich an dieser Neuerung beteiligt war der spätere General Dufour, der 1847 im Sonderbundskrieg die eidgenössischen Truppen gegen die Aufständischen führte. Die einheitliche Schweizer Fahne nahm damit die Stärkung der überkantonalen nationalen Identität und der zentralen Institutionen des Bundesstaates von 1848 voraus und setzte sich seither als nationales Symbol nach und nach auch in der konservativ – föderalistisch gesinnten Zentralschweiz durch.

Das Rote Kreuz



Bei der Gründung des Internationalen Komitees vom Roten Kreuz auf Initiative von Henri Dunant und General Dufour 1864 schlug Dufour die Umkehrung des Schweizer Kreuzes (rotes Kreuz auf weissem Grund) als Emblem vor. Auch die eidgenössische Armbinde wurde übernommen und so gilt bis heute gemäss der Genfer Konventionen die Rotkreuzarmbinde als Erkennungszeichen des Sanitätspersonals. Die nationalen Rotkreuzgesellschaften in nichtchristlichen Ländern interpretierten das rote Kreuz allerdings als christliches Symbol und ersetzten es durch ihre eigenen Symbole (Roter Halbmond in islamischen Ländern, Roter Davidstern in Israel). Die Farbe Rot auf weissem Grund wurde dagegen beibehalten.

Quelle: Markus Jud, Luzern - www.geschichte-schweiz.ch

Abbildung einer Fahne der Helvetischen Republik, 1798. Seide. Höhe 184 cm, Breite 122 cm. BHM Inv. 190.
Foto: Stefan Rebsamen. Mit freundlicher Genehmigung des Bernischen Historischen Museums.



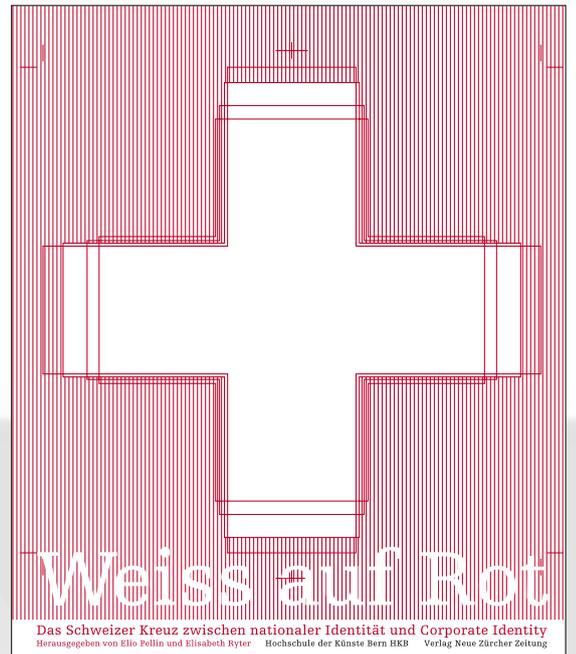
Wie kann ein nationales Zeichen wie das Schweizer Kreuz plötzlich zum modischen Ornament von «Swissness» werden? Diese spannende Frage wurde von der Hochschule der Künste Bern im Rahmen eines Forschungsprojektes untersucht.

Das Schweizer Kreuz hat in den vergangenen Jahren eine erstaunliche Wandlung durchgemacht – nicht in seiner Gestalt, die 1889 vom Bundesparlament festgelegt wurde, sondern in seinen Verwendungszusammenhängen. Vielen galt es noch bis vor kurzem als ein Zeichen für verstaubten Nationalismus. Mittlerweile wurde es als hippes Design-Ornament entdeckt und in einem überraschenden T-Shirt-Boom verwertet. Nicht nur rechte, sondern auch linke Parteien und Gruppierungen nutzen es für ihre politischen Kampagnen. Auch in der Werbung ist es präsent wie noch nie, vor allem LebensmittelherstellerInnen rücken es in ihre Logos, um ihre Corporate Identity mit dem Aspekt Swissness aufzuladen. Möglich wurde dies nur, weil dieses Zeichen in seiner Erscheinung prägnant und in seinen Bezügen vielseitig ist; nur so kann es zugleich die Nation symbolisieren und das Fläschchen mit Flüssigwürze oder die modische Tasche zieren.

Mit Beiträgen aus Gestaltung, Semiotik, Ökonomie, Geschichte, Soziologie, politischer Philosophie, Volkskunde und Literaturwissenschaft.

Die Herausgeber: **ELIO PELLIN** (*1964) Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsprogramm «Marke Schweiz» der Hochschule der Künste Bern HKB. Journalist, Sozial- und Literaturwissenschaftler. **ELISABETH RYTER** (*1954) Leiterin des Forschungsprogramms «Marke Schweiz» der Hochschule der Künste Bern HKB und freischaffende Sozialwissenschaftlerin.

Das Buch erscheint zur Ausstellung
«Weiss auf Rot: United Colours of Switzerland»
im Museum für Kommunikation, Bern
(15. Oktober 2004 – 28. August 2005)



Elio Pellin, Elisabeth Ryter (Hrsg.)

Weiss auf Rot

Das Schweizer Kreuz zwischen nationaler Identität und Corporate Identity

248 Seiten, zahlreiche farbige und s/w Abbildungen

Format 21 x 24,5 cm, Klappenbroschur

Fr. 48.-/€ 32.-

BESTELLUNG

Bitte senden Sie mir mit Rechnung:

Elio Pellin, Elisabeth Ryter (Hrsg.)

Weiss auf Rot

Fr. 48.-/€ 32.-/+ Versandkosten

ISBN 3-03823-111-8

Name/Vorname _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort _____

E-Mail _____

Datum / Unterschrift _____

Neue Zürcher Zeitung, Buchverlag

Postfach, 8021 Zürich

Telefon 01 258 15 05, Fax 01 258 13 99

buch.verlag@nzz.ch

www.nzz-buchverlag.ch

Das Schweizer Kreuz
als trendiges Designer-Ornament



NZZ Buchverlag



Vorwort

Thomas D. Meier

Einleitung

Elio Pellin und Elisabeth Ryter

Elio Pellin und Elisabeth Ryter

Landeswappen, Leibchen und Logos

Zeichen im Bausatz der Identitäten

Mario Pellin

Das Kreuz mit der Erkennbarkeit

Aspekte der visuellen Wahrnehmung

Michaela Heid

Marken, Mythen, Medien

Kulturwissenschaftliche Betrachtungen zum Schweizer Kreuz als Symbol

Michael Gamper

«Hoch flattern unsere Fahnen – sie führen uns zum Sieg»

Zur literarischen Kulturgeschichte von Fahnen und Massen

Thomas Hengartner

Die Mode mit dem Schweizer Kreuz

Vom Nationalembblem zum Lifestyle-Logo

Urs Marti

Wenn das Symbol zum Argument wird

Überlegungen zur Funktion des Schweizer Kreuzes im politischen Streit

Interview

Anita Fetz, Ständerätin

«Nationales Selbstbewusstsein und Öffnung zur Welt schliessen sich nicht aus»

Es gibt kein politisches Monopol aufs Schweizer Kreuz

Georg Kreis

Wer gehört zu welcher Höhle?

Distinktion – Einschluss und Ausschluss

Interview

Thomas Busset, Sporthistoriker

«Der Fan versteht sich als Bewahrer der Club-Identität»

Integration und Ausschluss im Sport

Mario König

Von der wahren Nationalität der Waren

Schweizerische Wirtschaftspropaganda im 20. Jahrhundert

Interview

Stefan Fraefel, Jurist für Markenrecht

«Die Verwendung des Schweizer Kreuzes ist eine wirtschaftliche Realität»

Das Wappen wäre eigentlich geschützt

Ronny Trachsel und Gudrun Kling

Post und Telekommunikation zeigen Flagge

Tel 1: Vom Wappenschild zum Wappen-Logo

Teil 2: Vom Wappen-Logo zum Corporate Design

Christian Jaquet

Wie der Bund daherkommt

Plädoyer für eine Reform unseres Staatsdesigns

Interview

Ernst Hiestand, Gestalter

«Die Schweiz hat mit dem Kreuz ein exklusives Zeichen»

Am Schweizer Hoheitszeichen muss man nichts verbessern

Kai-Uwe Hellmann

Rot auf Weiss

Das Rote Kreuz als globale Marke

Thomas Bieger und Julia Johnsen

Ungreifbares greifbar machen

Die Marke Schweiz und ihre Bedeutung im Tourismus

Richard Kühn und Mirja Weiss Richard

Wofür steht die Schweiz?

Das Schweizer Kreuz als Imageträger im Ausland

Interview

Walter Huber, CEO Emmi

«Die Schweiz ist im Aufbruch»

Milchprodukte als Träger von Tradition und Innovation