



Schweiz ist eine Willens- und keine Design-Nation – sie ist Wirklichkeit und nicht Logo!

Uniform. Die in Basel lebende Illustratorin Corinna Staffe hat Regula Stämpfli Essay für die baz ins Bild gesetzt.

REGULA STÄMPFLI

Den Schweizer Zeitungen war es eine prominente Meldung wert: Seit Anfang Jahr tritt die gesamte Bundesverwaltung erstmals einheitlich mit dem Schweizer Wappen und der Bezeichnung «Schweizerische Eidgenossenschaft» – in vier Sprachen übersetzt – auf. Laut NZZ ist damit «der bisherige Wildwuchs an Logos und eigenständigen graphischen Auftritten der verschiedenen Ämter und Departemente beendet». Der Bund ist also in einem neuen Design-Kleid, und niemand schreit «Aua». Die Bundeskanzlei verkauft die millionenschwere Um- und Aufrüstung auf uniformen Bundeslook als eigentliche Sparmassnahme: Künftig sollen dank Designiktatur jährlich sieben Millionen gespart werden. Wie war das nun schon wieder mit Pluralismus, kultureller Buntheit, sprachlicher Diversität, postmoderner Vielfalt, kreativen Unterschieden? Hilft da der Bund als Corporate Design? Hatte die politische Philosophin Hannah Arendt eventuell unrecht, als sie in ihrer Analyse totalitärer Systeme festhielt, dass nicht das bunte Nebeneinander, das multiple Gegeneinander, das unübersichtlich «Viele» Voraussetzung für den Niedergang der Demokratien in Europa in den 1920/30er-Jahren war, sondern das monoton Normierte, der Zwang zur Gleichheit, der Druck zur äusseren Anpassung, welcher auch ein innerer folgte? Nein. Selbstverständlich nicht. Denn Hannah Arendts Schriften verstehen noch etwas von Demokratie. Was man ganz offensichtlich von Bundesrat, Bundeskanzlei und Parlament punkto Form und Inhalt nicht behaupten kann. Denn, schauen Sie alle einmal genauer hin. Visuelle Verortungen sagen immer etwas über den Inhalt aus. Der Versuch der Bundeskanzlei, das Bild der Schweiz zu normieren, zu fixieren, auf ein einheitliches Auftreten und eine einzige Bezeichnung (!) einzuschwören, widerspricht eigentlich allem, wofür die Schweiz steht. Denn was ist die Schweiz – politisch gesprochen?

Da wird auf Bundesschriften und Bundesbriefpapier eine einheitliche Linie vorgezeichnet, die es so gar nicht gibt.

EIN STÜCK GEMEINSAME WELT. Sie ist eine Konstruktion, in welcher Freie und Gleiche gemeinsam und direkt miteinander kommunizieren. Sie ist ein Stück gemeinsame Welt, die hergestellt und nicht vorgestellt ist. Sie ist ein öffentlicher Raum, dessen Form sich ändert, je nachdem, wie die Bürger und Bürgerinnen immer wieder und direkt demokratisch entscheiden. Sie ist ein Ort, der mehrere Begriffe nebeneinander ertragen muss, weil eben nicht ein Wort für alle gelten kann, sondern ein Wort in verschiedene Sprachen übersetzt, das heisst, auch angepasst, oft sogar verändert werden muss. Und genau diese Schweiz, die als Vision und als Modell durchaus auch für Europa und die Welt einiges an Pluralismus, Kommunikation, mühsames und langsames Nebeneinander stehen könnte, fixiert sich nun auf eine einheitliche visuelle Botschaft!

Spannend an der ganzen Corporate-Design-Geschichte ist ja das zeitliche Zusammenfallen zwischen äusserem Bild und innerer Verfasstheit. Da konstruiert die Bundeskanzlei ein Einheitsbild just zu dem Zeitpunkt, zu welchem die Schweizer Regierung ein so uneinheitliches Bild wie noch nie abgibt. Da wird also auf Bundesgebäuden, Bundesschriften, Bundes-Briefpapier, Bundes-Verträgen eine einheitliche Linie vorgezeichnet, die es so gar nicht gibt – und übrigens aus demokratischen und pluralistischen Gründen auch gar nie geben darf, sollte und muss! Nun haben wir also a) ein polarisiertes Parlament wie noch nie, b) eine unkonkordante Regierung wie noch nie und c) ein umstrittenes Bundesgericht wie noch nie, aber rein visuell vorgespielt kriegen wir ein schönes Einheitsbild, ein Unternehmen im Corporate Design. Was soll denn das? Sollen wir Bürgerinnen und Bürger aufgrund der neuen Einheitlichkeit vielleicht gar nicht merken, dass die organisierte Unverantwortlichkeit hinter dem Einheitslogo stärker denn je stattfindet? Sollen wir uns vom ästhetischen Gleichklang einlullen lassen, damit wir uns aus den politischen Herausforderungen, Konflikten, Auseinandersetzungen nicht nur visuell möglichst einheitlich raushalten? Max Weber meinte zu Recht, dass sich Macht nicht legitimieren muss. Dass sie am effektivsten in der Unsichtbarkeit bleibt. Übersetzen wir diese klugen Gedanken auf das Corporate Design des Bundes, soll die zur Schau gebrachte visuelle Einheit wirkliche Machtzusammenhänge, Konflikte, Legitimationsdefizite verstecken. Und – wie wir dies dem fehlenden kritischen Blick auf die Zustände entnehmen können – dies wohl auch klassisch tut.

PLURALITÄT. Bilder sind nicht nichts. Das wissen alle, die sich mit Raum, Herrschaft, Sprache und Politik befassen. Weshalb sehen wir also beim Corporate Design nicht genauer hin? Denn Corporate Design ist – wenn unreflektiert auf alle Zusammenhänge angewendet – in erster Linie das Mittel von Unternehmen. Unternehmen, deren Zielsetzung darin bestehen muss, den Gewinn zu maximieren und die Kosten zu minimieren. Dies in einer einheitlichen Unternehmensführung, mit klarem Ziel und mit starken visuellen Wiedererkennungseffekten. Dies auch in Konkurrenz und Vielfalt zu anderen Unternehmen, die mit ihrem Einheitslook eine andere «Vision», eine dem Wettbewerb angemessene Unterscheidung bieten. Was in Unternehmen und im freien Markt funktioniert, darf nicht telquel für politische Räume angewendet werden. Denn Politik hat immer mit Öffentlichkeit zu tun. Mit einer Öffentlichkeit, die sich erst durch vielfältige Kommunikation, durch Mitbestimmung, durch bunte Diskussion und nur in Teilbereichen auf gleiche, einheitliche Ziele festsetzt. Gerade die Schweizer Demokratie ist darauf ausgerichtet, alles, was einheitlich ist, zu vermeiden. Da Freie und Gleiche sich in ihrer Pluralität ausdrücken sollen, da Kompromisse immer auch die Minderheit berücksichtigen wollen, da eine Tyrannei der Mehrheit gerade in der Schweiz die Eidgenossenschaft im Kern zerstört.

HILFLOSER VERSUCH. So ist es auch nicht zufällig, dass die einzige Neuerung des Schweizer Fernsehens bisher

im Redesign der Sendestudios stattfand. Just zu dem Zeitpunkt, in dem sich die Medienlandschaft in einem regelrechten Zustand der manchmal kreativen, aber manchmal auch äusserst verwirrenden Anarchie befindet. Auch im Schweizer Fernsehen wird Einheit vorgespielt, wo es gerade in einem meinungsfreien Land keine Einheit geben soll! Es wird Schein inszeniert, der mangelnde Inhalte ästhetisch verstecken soll. Hinter der Corporate-Design-Strategie steckt also offenbar viel mehr als nur administrative und «moderne» Anpassungen. Es ist der hilflose Versuch, den grossen Herausforderungen der Moderne nur mit PR und oberflächlich zu begegnen.

Was in Unternehmen und im freien Markt funktioniert, darf nicht tel quel für politische Räume angewendet werden.

MEHR SCHEIN ALS SEIN. Jeder Nationalstaat, jede Regierung und allen voran die EU stehen heutzutage vor fast unlöslichen Gegensätzlichkeiten. Da werden Kapital, Waren, Dienstleistungen und sogar Personen weltweit (oder zumindest europaweit) freigesetzt, während die politischen Gebilde auf diese Freiheiten noch gar nicht eingerichtet sind. Ein polnischer Schlachter kann zwar ohne Probleme in Deutschland arbeiten, doch seine Steuern, seine Pensionskasse, seine Krankenkasse, der Anspruch seiner Kinder auf Schulbesuch, sein Recht, dort, wo er arbeitet, auch die Politik mitzubestimmen, sind noch offene Fragen. Trotzdem wird gerade in der EU mit dem Versuch eines einheitlichen Redesigns vorgespielt, es handle sich wirklich um ein Europa. Was wiederum Frustrationen bei den europäischen Bürgern hervorruft, da ihnen ein Schein vorgespielt wird, der realiter nur in Brüssel, auf dem Briefpapier und in den Köpfen der Eurokraten, aber sicher nicht in ihrem Alltag stattfindet. Diese visuellen Vereinheitlichungstendenzen finden eben überall dort statt, wo mehr Schein als Sein getrieben wird.

ES BRAUCHT MUT. Es lohnt sich also nicht nur für Philosophinnen und Physiker, sondern auch für Demokraten, über Raum, Macht, Zeit und Sichtbarkeit nachzudenken. Denn Sichtbarkeit heisst auch Verantwortung. Verantwortung bedeutet auch Diskussion, die an Punkten, an Orten, an realen Plätzen ausgehandelt werden kann. Ich wünsche mir die Schweiz so, wie sie ist. Auch äusserlich. Denn es braucht gerade angesichts der Herausforderungen der Moderne für ein Land viel Mut, vielfältig, bunt, unübersichtlich, kleinkariert anders, vielsprachig, republikanisch, führerlos, uneinheitlich zu sein. Denn wenn ich als Bürgerin sehe, dass es eine Regierung, ein Parlament und ein Stimmvolk schaffen, trotz dieser organisierten Unübersichtlichkeit Gemeinsames zu beschliessen, sich für ein Allgemeinwohl zu bekennen und auch Minderheiten mitzudenken, dann habe ich genau die politische Kultur, die die Demokratie eigentlich definiert. Denn die Schweiz ist eben eine Willens- und keine Design-Nation. Sie ist Wirklichkeit und nicht Logo, oder?

Regula Stämpfli



SCHARFZÜNGIG.

Die Berner Politologin Dr. Regula Stämpfli lebt und arbeitet in Deutschland, Belgien, Frankreich und der Schweiz. Sie ist als Dozentin für Politik und politische Philosophie an diversen schweizerischen und europäischen Fachhochschulen, u.a. an der Schweizer Journalistenschule MAZ tätig. Die scharfzüngige Analytikerin ist zudem Kolumnistin bei mehreren deutschen und schweizerischen Zeitungen. Ihr viertes Buch, das auf Frühjahr 2007 geplant ist, beschäftigt sich mit der Verführungskraft der Medien.
> www.regulastaempfli.ch

welche schweiz?

WUNSCHBILDER. Zum Auftakt des Wahljahres 2007 hat die baz zehn Intellektuelle, Künstler und Querdenker eingeladen, ein Wunschbild der Schweiz zu entwerfen. Die Autorinnen und Autoren formulieren in zugespitzter Form eine These, in welche Richtung sich unser Land fortentwickeln soll. Die Autoren und Autorinnen sind bei der Wahl des Themas frei. Die Beiträge lesen Sie jeweils montags im Schweiz-Teil der baz. vo

Bereits erschienen:
Thomas Hirschhorn (22.1.)
Rolf Bloch (29.1.)