

"World Class - Swiss Made" : so entstand Zürichs neuer Slogan

Autor(en): **Schäfli, Roland**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebenspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **137 (2011)**

Heft 7

PDF erstellt am: **21.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-903460>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

So entstand Zürichs neuer Slogan

ROLAND SCHÄFLI

Im Sitzungszimmer der Marketing-Firma, die den neuen Slogan für Zürich kreieren soll.

«Also, hört gut zu – wir bekommen eine Million Franken, wenn wir bis heute Abend einen neuen Slogan für Zürich-Tourismus kreieren.»

«Bis heute Abend? Sind die Überstunden da inbegriffen?»

«Bestell uns doch schon mal einen Eimer Kaffee.»

«Und was ist der Aussagewunsch des neuen Slogans?»

«Dass Zürich irgendwie World Class ist. Und irgendwie Swiss Made.»

«Wow, muss ein verdammt starker Slogan werden.»

«Ist Zürich zu stark – bist du zu weich.»

«So hart – so weich. Zürich hat Klasse – und das ist ein Seich.»

«Weltklasse – nur Zürich hat so viel Rasse.»

«Zürich ... hmmm ... Zürich ... scheisse, wo bleibt der Kaffee?»

«Ääääh, Zürich: der Gipfel der Geniesser. Der Zipfel der Verschwender.»

«Zigugegel: Zürich ist gut und macht eine gute Laune!»

«Zu lang, kann sich keine Sau merken.»

«Neuer Vorschlag: Zürich – alle anderen sind nur Beilagen.»

«Elmar Ledergerber ist am Telefon, er fragt, wann er mit dem neuen Slogan rechnen kann ...»

«Verdammt, der Slogan wird ja wirklich dringend gebraucht. Sag ihm, gut Ding will Weile haben!»

«Alles Zürich – oder was?»

«Zürich – find ich gut!»

«Zürich – nichts ist unmöglich. Das war doof, sorry.»

«Wenns um Geld geht: Zürcher Grossbanken.»

«Ich habs! Ich habs! Zürich ist geil!»

«Naja, soo geil ist das auch nicht.»

«Hoffentlich Zürich versichert.»

«Wo bleibt denn der Kaffee?!»

«Lebst du noch oder zürcherst du schon?»

«Das ist der beste bis jetzt. Wie wärs mit Zürich, da weiss man, was man hat.»

«Jetzt ist die Stadtpräsidentin Mauch am Telefon, wo der Slogan bleibe?»

«Sag ihr, sie soll cool bleiben.»

«Die zarteste Versuchung, seit es Hauptstädte gibt.»

«Zürich: Sie baden gerade ihr Geld drin.»



«Wie wärs damit: Von erfolgreichen Zürichern empfohlen.»

«Zürich – ich geb mir die Kugel! Äh, nein, geht nicht.»

«Komm doch mit auf den Zürich-Beeerg!»

«Zürich weiss, was Frauen wünschen!»

«Wo bleibt der abgefuckte Kaffee!?!»

«Zürich – what else?»

«Zürcher Grossbank: wäscht so weiss, weisser gehts nicht.»

«Die besten Zürcher aller Zeiten!»

«Zürich: Ich bin doch kein blöder Aargauer!»

«Jetzt ist die neue Direktorin von Zürich Tourismus dran, diese Marlies Ackermann, die ist tuff, ich kann sie nicht abwimmeln.»

«Stell sie auf Lautsprecher... Hallo, Frau Ackermann?»

«Wo bleibt mein Slogan?! Schlafmützen wie euch hätt' ich längst gefeuert!»

«Moment, wir haben gleich was für sie. Äh, der Aussagewunsch ist: World Class – Swiss Made, nicht wahr?»

«World Class – Swiss Made ... das klingt gut. World Class – Swiss Made. Ja, das ist einprägsam! Gratuliere, den nehmen wir!»

«Moment, Frau Ackermann, wir ...»

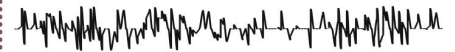
«Die Million Franken wird gleich überwiesen. World Class – Swiss Made! Ja, damit werde ich alle begeistern! Zürich steht tief in Ihrer Schuld. Wiederhören!»

«Und was machen wir nun mit all den tollen Vorschlägen?»

«Speichern wir mal. Das war bestimmt nicht die letzte Stadt, die einen neuen Slogan braucht.»

Verkehrsdurchsagen

Täglicher Wahnsinn



... ein dringender Verkehrshinweis: Auf der Autobahn A1 zwischen West und Ost in Richtung Ost kommt Ihnen ein Stau entgegen. Bitte halten Sie die Geschwindigkeit ein und wechseln Sie auf die Gegenfahrbahn ...



... Achtung! Infolge Stromausfalls auf dem ganzen Strassennetz sind Natels und Rasierapparate am Steuer auszuschalten ...



... Achtung: Auf diversen Strassen in Berggebieten kommen Ihnen Kuh-, Ziegen- und Schafherden entgegen. Verzichteten Sie auf Torero-Manöver und wenden Sie bitte Ihre Fahrzeuge und fragen Sie Ihr GPS ...



... auf diversen Autobahnstrecken liegen unzählige Gegenstände auf der Fahrbahn. Bitte umfahren Sie sie vorsichtig oder helfen Sie beim Wegräumen ...



... infolge verbreiteten Staus benutzen einige Verkehrsteilnehmer die Gegenfahrbahn als Ausweichroute. Es wird um schonendes Anhalten gebeten ...



... Achtung: In den Niederungen ist im Mittelland Richtung Osten mit zum Teil dichtem Nebel zu rechnen. Dies gilt auch für die Gegenfahrbahn ...



... in der Schweiz arbeitende EU-Grenzgänger werden gebeten, auch ihre Einkäufe in der Schweiz zu tätigen. Damit sichern Sie die Überlebenschancen des einheimischen Konsumgewerbes. Bei Nichteinhaltung unserer Bitte können Sie behördlich dazu gezwungen werden ...

NIK MINDER

