Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 77 (1997)
Heft: 12-1

Artikel: Warum nicht...?
Autor: Loeb, François
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-165700

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

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

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

Download PDF: 13.12.2025

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

François Loeb *ist Delegierter des Verwaltungsrates der Loeb Holding AG*

WARUM NICHT...?

Der Zustand unseres Landes kann wohl zurzeit am besten mit folgendem Bild umschrieben werden: Wir sitzen vor einem Teller Suppe und suchen krampfhaft nach dem berühmt-berüchtigten Haar, und wenn wir es nicht finden, schütteln wir den Kopf so lange, bis eines im Teller ist, sogar wenn wir eine Glatze haben. Unsere Lage kann auch durch ein anderes Bild veranschaulicht werden. Wir haben uns daran gewöhnt, hemdsärmelig in einer warmen Stube von 22 Grad zu sitzen, die Bewohner der uns umgebenden Länder haben bereits heute im Wohnzimmer 18 Grad und ziehen einen Pullover an, um nicht zu frieren. Da die Temperatur auch bei uns jetzt sinkt, beginnen wir zu frösteln, suchen krampfhaft nach einem Pullover, durchwühlen alle Schränke, verzetteln den Inhalt am Boden, finden den Pullover wegen langen Nichtgebrauchs jedoch nicht und werden nervös, es kommt uns aber nicht in den Sinn, den Pullover selbst zu stricken, obwohl in den Schränken Wollstränge in allen Farben liegen. Und diese Wollstränge gilt es heute zu erkennen, damit wir unsere wirtschaftliche Zukunft weiterhin erfolgreich gestalten können. Und wir haben viel Wolle in unserem Schrank. Es gilt, sie gezielt einzusetzen, unsere Kernkompetenzen sind zu pflegen.

Eine Analyse der Stärken der Schweiz ergibt:
- hohes Arbeitsethos der Bevölkerung
- grosse Identifikation mit dem Beruf
- innere Verpflichtung zu Qualität
- guter Bildungsstand
- hohe Vernetzung der Betriebe
- übersichtlicher Markt
- grosse Universitäts- und Fachhochschuldichte
- überdurchschnittliche Forschungstätigkeit
- weltoffener Markt (mit Ausnahme der Landwirtschaft keine Einfuhrbeschränkungen)
- international erfolgreiche Unternehmungen
- starke Investitionstätigkeit im Ausland
- Produktekreativität
- einmalige landschaftliche Sehenswürdigkeiten
- Sprachen- und Kulturvielfalt
- Kontinuität
- stabile politische Verhältnisse
- im Vergleich günstige Steuerverhältnisse
- starke Klein- und Mittelunternehmerstruktur
- dynamische Neuunternehmerszene

Als erstes aber müssen wir auch unsere Schwachstellen erkennen und diese gezielt bekämpfen. Seit dem Zweiten Weltkrieg blühte unsere Wirtschaft, wir haben uns daran gewöhnt und haben Probleme, uns auch rauheren Winden auszusetzen.

Wir müssen uns wieder bewusst werden, dass die Wirtschaft aus Auf und Ab besteht, dass der rauhe Wind der internationalen Konkurrenz von uns doppelte Anstrengungen verlangt, um zu bestehen. Zudem haben wir in allem und jedem einen Perfektionismus entwickelt, der oft hemmt. Zwar ist dieser in Präzisionsprodukten absolut erforderlich, doch ob wir ihn überall im Leben anwenden müssen, ist fraglich. Auch die Behörden sollten ihre Dispositionen nicht immer auf den *worst case* ausrichten, denn dieser ist auch bei perfektesten Vorschriften nie zu vermeiden.

Wenn beispielsweise die AHV-Behörden einen Neuunternehmer erst dann als solchen anerkennen, wenn er mehrere Kunden vorweisen kann – dies aus sozialen Sicherheitsgründen für den Neuunternehmer –, kann wohl von Perfektion am falschen Ort gesprochen werden.

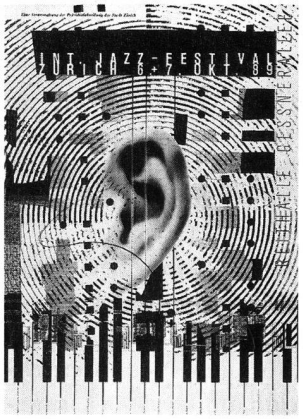
Überhaupt müssen wir ein offenenes Verhältnis zu unternehmerischem Tun entwickeln. Die Rahmenbedingungen für Neuunternehmungen sind unbedingt zu verbessern. Menschen, die Ideen haben, sollen diese in der Schweiz möglichst einfach und ohne administrative Umtriebe und fiskalische Fesseln verwirklichen können.

Zu wünschen übrig lässt auch die Risikobereitschaft von uns allen. Ohne Risikobereitschaft werden wir aber auch nichts Neues entdecken können, denn auf zehn Neuerungen fallen zwangsweise auch Misserfolge. Das Ei des Kolumbus findet man in den seltensten Fällen im ersten Anlauf. Und schliesslich müssen wir erreichen, dass Forschungsresultate rascher in die Praxis umgesetzt werden können. Dies sollte auch an Universitäten möglich sein. Es ist nicht einzusehen, warum es immer noch Universitäten gibt, die ihren Professoren jede unternehmerische Tätigkeit verbieten.

Die Schweiz braucht vor allem ein kreatives Umfeld für Unternehmer. Aufgrund unserer Stärken und deren Vernetzung untereinander sollten wir neue kreative Wege gehen, kreative Leistungen für das

Global Village erbringen. Warum bieten wir internationalen Unternehmungen nicht vermehrt an, ihre Aus- und Weiterbildungsstätten in unserem Land zu errichten, wer käme nicht gerne in die Schweiz, in unsere einmalige Landschaft, um sich weiterzubilden? Warum suchen wir nicht eine intensivere Verknüpfung von Kulturvielfalt und Tourismus? Warum nicht das Kulturland mit hoher Museums- und Kulturdenkmaldichte besser präsentieren? In kaum einem Land sind so geringe Distanzen zu überwinden, um soviel sehen zu können, wie in der Schweiz. Warum nicht vermehrt Infrastrukturen für Neuunternehmungen wie Gründerzentren, *Venture-Capital*-Börsen, Vermittlungen für die Auswertung von Erfindungen, ins Leben rufen?

Wir sind alle eingeladen, die Wollstränge in Pullover umzuwandeln, sind aufgerufen, kreative Richtungen einzuschlagen, damit wir den Weg in die Zukunft finden. Wir alle sind aufgerufen, mit Mut in die Zukunft zu gehen, kreativ in die Zukunft zu gehen, gemeinsam die Fundamente dafür zu bauen. ✦



TITELBILD

Das visuelle Exempel: Kultur-Plakate von Ralph Schraivogel

Plakat von Ralph Schraivogel, 1989. Präsidialabteilung der Stadt Zürich. Internationales Jazz-Festival. Serigraphie: Bea Spillmann, 4 Farben, 90,5 x 128 cm. Mit diesem Plakat gewann Schraivogel seinen ersten internationalen Preis an der Plakat-Biennale in Lahti 1991.

Seit *Ralph Schraivogel* die Schule für Gestaltung Zürich 1982 als ausgebildeter Grafiker verliess, ist das Plakat seine Plattform, sein Wunschformat und sein visuelles Tummelfeld. Nicht dass er keine anderen Medien und Formen bearbeitete, das Plakat jedoch bleibt Königsdisziplin in seinem gestalterischen Wirken.

Heute unterrichtet Schraivogel an seiner früheren Ausbildungsstätte und kreiert immer wieder Plakate für Ausstellungen, Festivals, Filme oder Theaterhäuser.

An Wettbewerben gibt es jeweils Wirtschafts- und Kulturabteilungen. Neben der Produktewerbung, die selbstverständlich auch ein Kulturplakat leistet, werben letztere überdies für den künstlerischen Ausdruck ihres Autors. Schraivogel-Plakate sind in erster Linie Schraivogel-Plakate und weniger diejenigen des Auftraggebers, was vielleicht die fehlenden Aufträge aus dem kommerziellen Bereich erklärt.

Angesichts der Vielschichtigkeit seiner Arbeit erstaunt immer wieder die Tatsache, dass er gestalterisch ohne Computer arbeitet. Neue Technologien sind in der jetzigen Entwicklungsphase für ihn noch zu wenig interessant, als dass man Originales, Spezifisches aus ihnen herausholen könnte. *«Redet man von Internationalisierung durch den Computer, so ist das eine negative Internationalisierung im Sinne von Gleichschaltung durch Verwendung weltweit verbreiterter, ewiggleicher Software.»*

Jazz-Festival ist im Grunde genommen ein Zufallsprodukt, entstanden aus Assoziationen zum Klingenden, aus Elementen des Programms und aus zufällig entstandenen Strukturen, welche sich aus dem Material ergaben: Thema und Improvisation, die Grundlagen des Jazz.

Aus den Tasten des Pianos wachsen Gitarrensaiten, eine davon reisst über dem grossen Ohr, welches in immer wieder neuen Farbverschiebungen matt schillert. Wie in einem Live-Konzert, das nie genau gleich sein wird, wie das vorhergehende, ist auch hier durch die Übereinanderlagerung vier gleicher Raster, die leichte Verschiebungen ergeben, jedes Plakat ein wenig anders.

Bruno Spoerri hatte für dieses Festival eine Carte Blanche erhalten. Der Microchip als Hintergrundstruktur weist auf die elektronische Erzeugung seiner Musik hin. Selbst die verschiedenen Schrifttypen, die am unteren Rand die Pianotasten verlängern und die Namen der Auftretenden zeigen, verweisen auf einen inhaltlichen Aspekt, welcher wiederum werbetechnisch genutzt werden kann: die Vielfältigkeit der auftretenden Persönlichkeiten und damit die Vielfalt des zu erwartenden Programms.

«Den meisten Plakaten liegt eine sprachlich formulierte Idee zugrunde, das macht ihre visuelle Aussagekraft so dürftig.» Ralph Schraivogels Urteil klingt hart, aber er kann sich eine solche Aussage leisten, denn seine Annäherung an ein Thema zeugt jeweils von intensiver Auseinandersetzung mit dem Material und der Absicht des Auftraggebers, bis er das Thema zu seinem eigenen, gestalterisch umgesetzten gemacht hat. ✦

Erika Keil