

Landesmuseum Zürich. SCHWEIZERI
SCHESES NATIONALMUSEUM. MUSÉE
NATIONAL SUISSE. MUSEO NAZION
ALE SVIZZERO. MUSEUM NAZIUNA
LI SVIZZERA.



Swissness – Tradition und Innovation

Schul-
unterlagen
für den digitalen
Unterricht

Landesmuseum Zürich.

«Swissness – Tradition und Innovation»

Schulunterlagen | Sekundarstufe I

Inhalt

- AB 1: Identität
 - AB 2: Produkte
 - AB 3: Menschen und mythologische Figuren
 - AB 4: Tourismus
 - AB 5: Wertevorstellungen
- Lösungen



Impressum

Konzept und Inhalt

Landesmuseum Zürich
Team Bildung & Vermittlung: Stefanie Bittmann,
Lisa Engi, Maria Iseli, Severin Marty

Lektorat

Miriam Waldvogel

Gestaltung und Illustration

Regula Baumer

Digitale Aufbereitung

Melanie Cadisch

Alle Rechte vorbehalten.

© Schweizerisches Nationalmuseum



Titelbild:
Plakat. Schweizerische Landesausstellung
1939 Zürich, Mai bis Oktober. Wolfsberg

- » Schweizer Schokolade, Armbanduhren oder Taschenmesser sind Exportschlager. Aber auch Heidi oder Wilhelm Tell sind auf der ganzen Welt bekannt. Aber was bedeutet eigentlich der Begriff «Swissness»? Und was verbindet die Schweizerinnen und Schweizer?

Geschichte der gemeinsamen Identität

Die Schweiz ist ein kleines Land mit vier Landessprachen, unterschiedlichen Religionen, Lebensweisen, Wünschen und Sorgen. Ein- und Auswanderer sorgen für eine ständige Durchmischung der Bevölkerung. Aber auch der Austausch zwischen Stadt und Land trägt dazu bei. Die Schweiz lebt seit je von und mit diesen Unterschieden im Gemeinsamen. Ein Blick auf den Werdegang der Schweiz zeigt: 1848 schlossen sich die bisher eigenständigen Kantone zu einem Bundestaat zusammen. Auch rund um die Schweiz wurden neue Nationalstaaten gebildet. Mit dem modernen Bundestaat wurde z.B. das Post-, Zoll-, Finanz- und Rechtssystem vereinheitlicht, viele Unterschiede in den einzelnen Regionen sind jedoch geblieben. Was diese verbindet, ist immer wieder die Sehnsucht nach einer gemeinsamen Geschichte.¹

Das Demokratiemodell, das durch die Bundesverfassung von 1848 entstanden ist, hat verschiedene Vorbilder. Auffällig sind Parallelen zur Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika (USA). Auch dort war ein Zusammenschluss eigenständiger Staaten zu einem Bundesstaat vollzogen worden.²

- ① Barack Obama war von 2009 bis 2017 Präsident der USA. In einem Interview erwähnte er, dass durch die Globalisierung, durch die Technologie und durch die Migration ein Kampf zwischen den verschiedenen Kulturen ausgelöst wurde. Wichtig sei es gerade darum, die Gesellschaft zu vereinen statt zu spalten.

a) Lies passend dazu ein Zitat von Barack Obama.



«Wir sind eine Spezies, die sich Geschichten erzählt. Ich glaube, dass eine der Aufgaben für unsere politischen Führer ist, eine bessere Geschichte über all das zu erzählen, was uns als Volk zusammenhält. Und Amerika ist da einzigartig, weil es all diese vollkommen verschiedenen Elemente zusammenbringen muss – wir sind kein einheitlicher Schlag, kein einheitlicher Stamm, die Leute sind hier nicht alle zur selben Zeit angekommen. Was uns zusammenhält, ist eine Idee, und das ist eine Geschichte darüber, wer wir sind und was uns wichtig ist. Und ich will sicherstellen, dass das auch so bleibt.»³

1) Unterlagen für Schulen «Ideen Schweiz», Schweizerisches Nationalmuseum, 2016, S. 3: <https://www.landesmuseum.ch/landesmuseum/schulmaterial/ideen-schweiz/ideen-schweiz-unterlagen-fuer-schulen.pdf>

2) Hediger, S. (...) & Widmer, G. (2017). Gesellschaften im Wandel: Geschichte und Politik, Sekundarstufe I. (1. Aufl.). Zürich, Schweiz: Lehrmittelverlag Zürich

3) <https://www.piqd.de/reportagen/literatur-als-argument-gegen-eine-zynische-weltsicht-barack-obama-als-leser>



b) Was hält, gemäss Barack Obama, eine Gesellschaft zusammen, die in sich selbst sehr unterschiedlich ist? Erkläre in eigenen Worten.

c) Auch deine Schulklasse ist eine bunte Mischung aus verschiedenen Personen. Ihr alle habt eine unterschiedliche Vergangenheit, kommt vielleicht aus verschiedenen Ländern der Welt, habt verschiedene Muttersprachen und bestimmt sehr unterschiedliche Interessen. Aber was verbindet euch trotz dieser Unterschiede: Welche Geschichte habt ihr als Klasse gemeinsam und gibt euch vielleicht sogar einen Zusammenhalt?

d) Trifft Obamas Zitat auch auf die Schweiz zu? Begründe.

Die Schweiz als Marke

Schweiz drauf, Schweiz drin?

Die Geschichte des «Swiss Label» hatte ihren Anfang in der Wirtschaftskrise, der Zeit zwischen dem Ersten und dem Zweiten Weltkrieg. 1983 wurde die Armbrust offiziell zum Gütesiegel, das beim Publikum auf grosses Interesse stiess. Das schweizerische Ursprungszeichen wurde zum festen Bestandteil des Schweizer Selbstbilds im 20. Jahrhundert. Unter dem Schlagwort «Swissness» warben zu Beginn des 21. Jahrhunderts viele Schweizer Firmen im In- und Ausland mit Anspielungen auf nationale Symbole für ihre Produkte.⁴

Bedeutung

Obwohl die Schweiz vier Landessprachen hat, ist das Wort «Swissness» aus dem Englischen entliehen. Der Begriff ist ein Scheinanglizismus. Das heisst, er klingt zwar englisch, es gibt ihn im Englischen jedoch gar nicht. Weitere Beispiele dafür sind Beamer oder Handy. In der Westschweiz spricht man auch von «suissitude». Ziel des Begriffes ist es, die Schweiz als Marke bekannt zu machen, die man mit positiven Eigenschaften in Verbindung bringt. Diese sollen als typisch schweizerisch gelten und auch im Ausland wirken.

Definition

Wann ist ein Käse ein Schweizer Käse? Die Schweiz wäre nicht die Schweiz, wenn sie nicht ganz genau geregelt hätte, wann genau mit «Swissness» geworben werden darf. Seit 2017 gilt eine Swissness-Verordnung über die Verwendung von schweizerischen Herkunftsangaben.⁵ Es gelten folgende Kriterien für die Herkunftsangabe «Schweiz»:

- Naturprodukte: in der Schweiz geerntet
- Lebensmittel: Mindestens 80% des Gewichtes der Zutaten müssen aus der Schweiz stammen. Bei Milch und Milchprodukten gilt dies jedoch für 100% der Milch.
- Industrieerzeugnisse: Mindestens 60% der Herstellungskosten (inkl. Forschungs- und Entwicklungskosten) müssen in der Schweiz anfallen.
- Dienstleistungen: Der Unternehmenssitz muss sich in der Schweiz befinden und die Unternehmung muss effektiv in der Schweiz verwaltet werden.

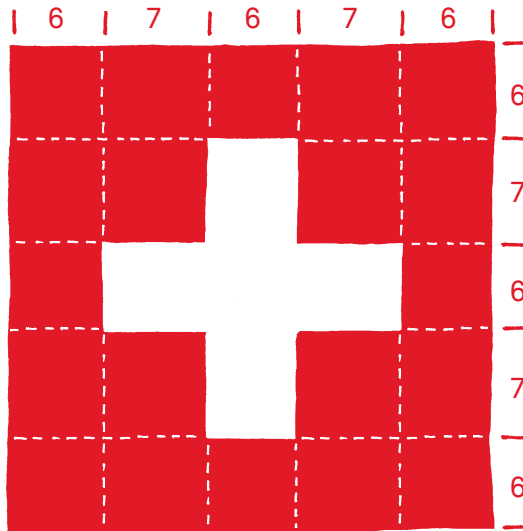


⁴ Schweizerisches Ursprungszeichen, in: Historisches Lexikon der Schweiz: <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/048949/2019-10-28/>

⁵ <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/instrumente/swissness.html>

Kreuz und quer

Auch die Form des Schweizerkreuzes ist ganz genau geregelt. Die Arme des Kreuzes sind ein Sechstel länger als breit – ein Verhältnis von sieben zu sechs. Die Schweizerfahne hat eine spezielle Form. Im Unterschied zu Flaggen anderer Nationen ist die Schweizerfahne kein Rechteck, sondern ein Quadrat.



Übrigens: Erst 2008 wurde das Rot für Wappen und Logo definiert. Zuvor war es nicht einheitlich festgelegt.⁶

z.B. auf Münzen, Lokomotiven und den Kontrollschildern von Autos.



Schweizerwappen

Das Wappen der Schweizerischen Eidgenossenschaft ist ein Symbol der staatlichen Macht und Würde.

Es ist ein geschütztes Zeichen.

Private Unternehmen dürfen dieses nicht verwenden.⁷



Schweizerkreuz

Das Schweizerkreuz darf nur für Produkte und Dienstleistungen verwendet werden, welche die Kriterien für die Herkunftsangabe «Schweiz» erfüllen.

Für Produkte und Dienstleistungen aus dem Ausland ist die Verwendung verboten.⁷

6) www.eda.admin.ch/eda/de/home/das-eda/umsetzung-aussenpolitik/landeskommunikation/corporate-design-landeskommunikation/geschuetzter-bereich-cd-prs/willkommen/corporate-design-der-landeskommunikation.html

7) Quelle: <https://www.markenrechte.ch/swissness>



- ② a) Wie viel «Swissness» steckt in deinem Zuhause? Auf welchen Lebensmittelverpackungen, Kleidungsetiketten oder Spielwaren findest du ein Schweizerkreuz oder einen anderen Hinweis auf ein «Swiss Label»?

- b) Manche Unternehmen, Marken oder Musiker verwenden das Wort «Swiss» oder Abwandlungen davon auch in ihren Namen (z.B. die Kombination aus «Swiss» und «watch» im Namen der Uhrenmarke Swatch). Kennst du weitere Beispiele?

- c) Warum braucht es so genaue Bestimmungen zur «Swissness»?



>> **Schweizer Schokolade, Armbanduhren oder Taschenmesser sind Exportschlager. Aber auch Heidi oder Wilhelm Tell sind auf der ganzen Welt bekannt. Welche Produkte prägen das Bild der Schweiz? Und wieso sind sie so beliebt?**

① Die Bezeichnungen «Swiss made» oder «Made in Switzerland» sind für viele ein Grund dafür, ein Produkt zu kaufen.

a) Welche Schweizer Produkte kennt man auch im Ausland? Nenne mindestens fünf Produkte.

b) Welche Interessen haben Firmen, ihre Produkte mit «Swiss made» zu kennzeichnen und zu bewerben?

c) Bei welchen Produkten ist es dir persönlich wichtig, dass sie aus der Schweiz stammen? Begründe.

d) Welche Argumente sprechen dafür, Schweizer Produkte zu kaufen? Welche dagegen? Erstelle eine Pro-Contra-Liste.

Pro

Contra

- ② Im Folgenden findest du drei Produkte, die sehr häufig mit der Schweiz in Verbindung gebracht werden. Wie gut kennst du sie? Teste dein Wissen.

Käse

Käse ist ein Nahrungsmittel aus Eiweiss, Fett, Wasser und Salzen. Lange Zeit gehörten Käse- und Milchspeisen zur Volksnahrung im Alpenraum. Erst im 19. Jahrhundert hielt der Käse in allen Regionen der Schweiz Einzug auf dem Speiseplan. Der Schweizer Käse ist auch im Ausland beliebt. Heute sind Emmentaler und Gruyère Exportleader unter den Schweizer Käsesorten.

Was schätzt du, wie viel Kilogramm Käse wird in der Schweiz jährlich pro Person gegessen?

Wie viele Schweizer Käsesorten kennst du? Zähle sie auf.

Welche typischen Schweizer Gerichte mit Käse kennst du?

Warum ist der Käse eigentlich typisch für die Schweiz?

Uhren

Eine Stunde hat immer 60 Minuten und eine Minute wiederum 60 Sekunden. Darauf müssen wir uns bei einer Uhr verlassen können, damit das Konzept «Zeit» für alle funktioniert. Uhren stehen dadurch für Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Beständigkeit.

Wer hat die Uhrenindustrie in der Schweiz vorgebracht?

- General Guillaume Henri Guisan im 19. Jahrhundert
- Katholische Priester aus dem Vatikan
- Der Astronaut Buzz Aldrin
- Reformierte Glaubensflüchtlinge aus Frankreich

Welche Schweizer Uhrenmarken kennst du? Weisst du auch, wo sie hergestellt werden?

Wie orientierst du dich in der Zeit?

- Ich trage eine Armbanduhr.
- Ich habe einen Wecker.
- Ich nutze die Uhr meines Smartphones.
- Anderes:

Schweizer Franken

Nach der Gründung des Bundesstaats wurden im Mai 1850 die Münzen des Schweizer Frankens eingeführt. Zuvor gab es mehrere hundert verschiedene Münzen, die an den Kantonsgrenzen gewechselt werden mussten. Die Münzen haben ihr Aussehen seither kaum verändert. Auch sie stehen gewissermassen für Beständigkeit und Stabilität.

Anders hingegen verlief die Geschichte der Banknoten. 2019 wurde bereits die neunte Banknotenserie eingeführt. Den Schweizer Franken gibt es in keinem anderen Land der Welt und er ist dadurch besonders schweizerisch.



Münze. Schweizer Franken, 2 CHF.
Vorder- und Rückseite. 1860.
Wikimedia Commons.



Münze. Schweizer Franken, 2 CHF.
Vorder- und Rückseite. 1995.
Wikimedia Commons.

Welche Kriterien (Darstellungsarten / Figuren / Elemente) sollte deiner Meinung nach eine Währung erfüllen, damit sie zum Land passt? Was muss dringend auf der Note oder Münze abgebildet sein?

Wähle ein Land, zähle Kriterien auf und begründe.

Land:

Kriterien:

Gestalte eine neue Währung (Münzen, Noten oder ganz etwas anderes) nach deinen eigenen Vorstellungen. Für welche Identität oder Nation soll sie stehen? Teile das Resultat mit deiner Klasse.

- ③ Bei der Vermarktung von Produkten werden in der Werbung raffinierte Mittel eingesetzt. So auch bei der Bewerbung von «typisch schweizerischen Produkten». Das Prinzip des Storytellings kommt dabei zum Zug. Das heisst, es werden gerne die Geschichten hinter dem Produkt erzählt. So wird versucht, das Produkt mit der Schweizer Identität und Tradition zu verbinden.

a) Schau dir folgenden Werbespot zum Appenzeller Käse an.

<https://youtu.be/9HFW5kQQhm0>

b) Der Werbespot greift verschiedene Elemente auf, die mit Schweizer Identität und Appenzeller Tradition in Verbindung gebracht werden können: Hackbrettmusik, die Trachten und der Auftritt der drei Männer... Worauf spielt die Werbung mit diesen Elementen an? Entdeckst du noch weitere Elemente?

Beispiel

Elemente

Hackbrettmusik

Deutung

Ein Heimatgefühl wird ausgelöst durch Klänge des im Appenzellerland verbreiteten Saiteninstrumentes.

c) Was will die Werbung den Betrachterinnen und Betrachtern vermitteln?

- » **Schweizer Schokolade, Armbanduhren oder Taschenmesser sind Exportschlager. Aber auch Heidi oder Wilhelm Tell sind auf der ganzen Welt bekannt. Wieso stehen diese Figuren für die Schweiz? Was zeichnet sie aus?**

Symbole und Mythen ermöglichen uns, über die Schweiz und ihre Stellung in der Welt zu diskutieren: Wer sind wir? Wer wollen wir sein? Wie gehen wir miteinander um? Um diese abstrakten Gedanken zu vermitteln, eignen sich Personen besonders gut. Dabei ist es gar nicht immer wichtig, ob die Personen auch wirklich gelebt haben oder nicht.

Mythologische Figuren

In der Video-Führung hast du Personen kennengelernt, die wichtig sind für die Schweiz, aber gar nie wirklich existiert haben. Dennoch erscheinen immer wieder neue Darstellungen und Erzählungen von ihnen. Sie überdauern die Geschichte, auch weil sie sich wandeln und anpassen können.

Wilhelm Tell war lange Zeit eine legendäre Figur mit einer starken Ausstrahlung über die Landesgrenze hinaus. Er verkörperte Ideale wie Robustheit, Gesundheit, Stärke, Tapferkeit und Mut.

Helvetia kann als weibliches Gegenstück von Wilhelm Tell gesehen werden. Gerade Helvetia ist besonders wandelbar und wurde bereits in vielen unterschiedlichen Gestalten und Rollen dargestellt.¹ Im Gegensatz zu Wilhelm Tell gibt es von ihr keine Biografie, sondern nur die Geschichte ihrer vielfältigen Verwendung.²

- ① Wähle zwei der Darstellungen auf den nächsten beiden Seiten aus.

a) In welcher Rolle tritt Helvetia in den von dir ausgewählten Bildern auf?

Bildauswahl 1:

Bildauswahl 2:

b) Welche Merkmale weist sie auf?

b) Vergleiche die beiden Darstellungen: Suche Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

Gemeinsamkeiten

Unterschiede

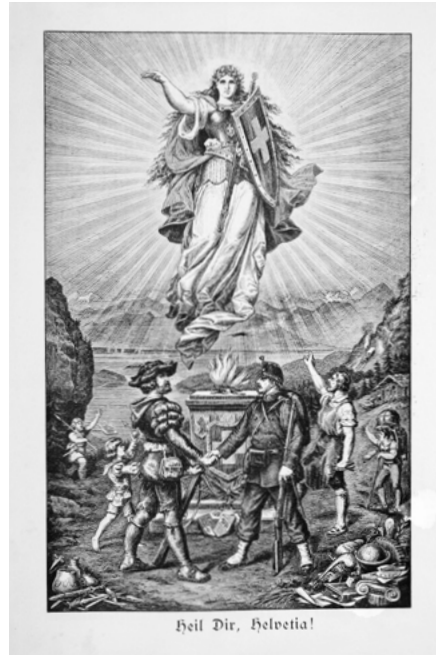
1) Unterlagen für Schulen «Ideen Schweiz», Schweizerisches Nationalmuseum, 2016, S. 11 <https://www.landesmuseum.ch/landesmuseum/schulmaterial/ideen-schweiz/ideen-schweiz-unterlagen-fuer-schulen.pdf>

2) Helvetia (Allegorie), in: Historisches Lexikon der Schweiz: <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/016440/2014-10-13/>

3 Menschen und mythologische Figuren



Fotografie. Helvetia mit Lanze, Blumen in den Haaren und Schild mit Schweizerwappen. Johannes Meiner. 1896.



Druckgrafik. «Heil Dir, Helvetia!». Tell mit Knabe begrüsst einen Landwehmann von 1889 vor dem Altar des Vaterlandes bei Vitznau am Vierwaldstättersee. Unten in den Ecken Utensilien der Urschweiz und des 19. Jahrhunderts. Im Äther schwebt die Helvetia als Vaterlandsbeschützerin. 1889.



Druckgrafik. Motiv der Bundesfeier-Postkarte von 1915: Helvetia führt eine Gruppe von Flüchtlingen durch den Schnee, an Soldaten vorbei. Charles Henri van Muyden. 1915.



Postkarte. Die hilfreiche Helvetia. Soldatenszene Aktivdienst 1914–1918. Richard Salomon Weiss. 1915.



3 Menschen und mythologische Figuren



Lithografie. Gedenkblatt an die Grenzbesetzung 1914/15. Eidg. Generalstab in einem befestigten Abschnitt der Jura-grenze, überstrahlt von bewehrter Helvetia. 1915.



Postkarte. Helvetia und Trachtenmädchen in Kantonstrachten der Schweiz, auf einem S-förmigen Weg gehend. 1930–1965.



Links: Farbabbzug. Frau in Anzug mit Armbrust und nacktem Baby. Grundflur. 2004.



Rechts: Bundesrätinnen mit Helvetia, Aufnahme anlässlich der ordentlichen Sitzung «extra muros» des Bundesrates im Landesmuseum Zürich, 15.05.2019.





- ② Was braucht es eigentlich, damit Figuren wie Helvetia oder Wilhelm Tell als nationale Symbole gelten können? An welchen Merkmalen sind sie zu erkennen? Welche könnten durch aktuelle Gegenstände ersetzt werden?

Wähle eine Methode aus. Kreuze an, wofür du dich entscheidest.

- Zeichne, klebe oder gestalte eine Helvetia oder einen Wilhelm. Teile ein Foto davon mit deiner Klasse oder deiner Lehrperson.
- Verkleide dich selbst als Helvetia oder Wilhelm. Welche Kleider brauchst du dafür? Was für Requisiten? Teile ein Foto von dir mit deiner Klasse oder deiner Lehrperson.



Historische Persönlichkeiten

- ③ Wähle eine historische Persönlichkeit, die dir in der Video-Führung vorgestellt wurde. Erstelle einen Steckbrief für sie. Wenn du noch mehr Informationen brauchst, starte eine Recherche im Internet. Du kannst auch eine andere historische Persönlichkeit wählen, die deiner Meinung nach für Schweizer Werte oder Errungenschaften steht.

Wie heisst diese Person?

Wie wird die Person beschrieben?

Zu welcher Zeit hat die Person gelebt?

Womit hat sich die Person beschäftigt?

Für welche Ziele und Werte hat sich die Person eingesetzt?

Was hat sie bewirkt? Wie hat sie die Schweiz geprägt? Erkläre.

Warum wurde die Person zum Symbol für die Schweiz? Begründe.

Was beeindruckt dich an der Person? Nimm Stellung dazu.

Welche Frage würdest du der Person stellen, wenn du sie treffen könntest?

Personen der Gegenwart

- ④ Überlege dir eine Person aus der Gegenwart, die für dich persönlich die Schweiz bzw. Schweizer Werte verkörpert.



Freundin
oder Freund?



Verwandte?



Profisportlerin
oder -sportler?



Musikerin
oder Musiker?



Influencerin
oder Influencer?

Wie heisst diese Person?

Womit beschäftigt sich die Person?

Für welche Ziele und Werte setzt sie sich ein?

Was hat sie bisher bereits bewirkt? Wie hat sie die Schweiz geprägt? Erkläre.

Wird die Person auch in Zukunft noch eine wichtige Bedeutung für die Schweiz haben? Nimm Stellung dazu.

Was beeindruckt dich an dieser Person? Nimm Stellung dazu.

Welche Frage würdest du der Person stellen, wenn du sie treffen könntest?



Mister und Miss Swissness

Lassen wir die historischen Persönlichkeiten und die Heldenfiguren der Gegenwart für einen Moment ausser Acht und erschaffen eine ganz neue symbolische Figur, die unsere Münzen, Werbeplakate oder Nationalfahnen schmücken könnte.

⑤ Wähle eine Methode aus. Kreuze an, wofür du dich entscheidest.

- Erstelle eine Collage.
- Mach eine Zeichnung.
- Verkleide dich, schminke dich oder benutze Requisiten. Wähle einen passenden Hintergrund. Posiere als Mister oder Miss Swissness und mach ein Selfie oder eine Social-Media-Story von dir.

Erstelle zuerst einen Entwurf, bevor du dich an die Umsetzung machst. Überlege dir dabei Folgendes:

- Was möchtest du aussagen?
- Wie muss die Figur gestaltet werden, damit sie als symbolische Figur der Schweiz wirken kann?
- Welche Kleidung braucht sie?
- Welche Gegenstände könnten ihre Wirkung noch unterstützen?



>> Schweizer Schokolade, Armbanduhren oder Taschenmesser sind Exportschlager. Aber auch Heidi oder Wilhelm Tell sind auf der ganzen Welt bekannt. Nicht zu vergessen die Schweizer Berge, die ein beliebtes Ferienziel sind. Wieso reisen die Menschen in die Schweiz? Was lockt sie hierher?

Feriedestination Schweiz

Im Jahr 2018 wurden in der Schweiz über 10 Millionen Ankünfte internationaler Touristen in Hotels und ähnlichen Einrichtungen gezählt.¹

① Hast du schon einmal Ferien in der Schweiz gemacht? Inwiefern unterscheiden sie sich von Ferien im Ausland?

a) Vervollständige die Tabelle und vergleiche die beiden Destinationen.

	Ferien in der Schweiz	Ferien in <input type="text"/>
Was esse ich?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Wo schlafe ich?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Was schaue ich mir an?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Wie bewege ich mich fort?	<input type="text"/>	<input type="text"/>

b) Stell dir vor, eine Austauschschülerin oder ein Austauschschüler kommt neu in die Schweiz. Welche Schweizer Orte magst du besonders und möchtest du ihr/ ihm zeigen? Plane eine persönliche Rundreise für sie/ihn, die zu deinen Lieblingsorten führt. Würdet ihr dort etwas Spezielles essen oder machen?

Folgende Tools können dafür benutzt werden:

- Google Tour Creator
- Book Creator oder Powerpoint mit Hyperlinks
- Mapfunktion von Padlet
- Google Earth



c) Notiere hier die Stationen deiner Rundreise.

1) Bundesamt für Statistik, Touristische Beherbergung im Jahr 2019, S. 6: <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/11987373/master>

4 Tourismus



- ② Entscheide dich für eine der folgenden Werbekampagnen. Analysiere sie anschließend anhand der Fragen auf der nächsten Seite.



oben:
Plakat. Lithografie. Palace Hotel St. Moritz Switzerland. Emil Cardinaux. 1920.

unten:
Plakat. Die Schweiz grüsst. Schweizerische Verkehrszentrale. Schweizerische Bundesbahnen. Alois Carigiet. 1937.



oben:
Plakat. Vacanze d'inverno: Energia vitale. Wolfsberg-Druck Zürich. Alois Carigiet. 1941.

unten:
Farbdruck auf Papier. Werbeplakat St. Moritz. Paul Hilber. Um 1940.



oben:
Plakat. Davos. Schweiz, Suisse, Switzerland, Svizzera. Donald Brun. 1957.

unten:
Plakat. Werbung für Montreux. Pin-up in Badekleid, im Hintergrund Schwimmbad des Casinos und Seepanorama. Pierre Laurent Brenot. 1959.



Für welches Motiv hast du dich entschieden? Beschreibe die Darstellung.

Spricht dich diese Werbung an? Warum? Begründe.

Welche Botschaft hat die Werbung? Was möchte sie dir sagen?

Welche Stimmung wird hier vermittelt?

Welche Werte (z.B. Pünktlichkeit, Freiheit, Freundlichkeit) werden in der Werbung dargestellt? Stimmen sie mit deiner Vorstellung von Schweizer Werten überein?

An welche Zielgruppe richtete sich diese Werbung wahrscheinlich?

- ③ Erstelle ein eigenes Werbeplakat oder einen kurzen Clip, in dem du ein Produkt anpreist. Es sollte aus deiner Sicht für die Schweiz stehen. Es darf auch eine Dienstleistung (immaterielles, nicht greifbares Gut) sein.

Beachte dabei folgende Punkte:

- Wer ist deine Zielgruppe? Wer soll das Angebot kaufen?
- Was sind die besonderen Eigenschaften und Vorteile deines Angebots?
- Was für ein Gefühl soll das Angebot den Konsumentinnen und Konsumenten geben?





Alpenidylle

Bei einer Studie wurden Menschen weltweit gefragt: «Was kommt Ihnen alles spontan in den Sinn, wenn Sie an die Schweiz denken?» Berge, Alpen, schöne Landschaft und Natur – dies waren die meistgenannten Antworten.²

Gleichzeitig ist die Schweizer Bevölkerung hauptsächlich städtisch. Drei Viertel aller Einwohnerinnen und Einwohner leben in Städten.³

- ④ Wie passt das zusammen? Was steckt dahinter? Erläutere deine Gedanken auf einer halben Seite.



2) Präsenz Schweiz – Imagemonitor 2018. Die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland: https://www.eda.admin.ch/dam/eda/de/documents/das-eda/landeskommunikation/Kurzbericht_PRS_Imagemonitor_2018.pdf

3) Präsenz Schweiz - Stadt und Land: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/de/home/gesellschaft/bevoelkerung/stadt-und-land.html>



Morbus helveticus

Der Begriff Heimweh kommt aus der deutschsprachigen Schweiz und meint das schmerzhaftes Vermissen der fernen Heimat und der vertrauten Menschen und Umgebungen. Heimweh galt lange Zeit als Schweizer Krankheit, weshalb es auch «mal du Suisse» oder «Schweizerheimweh» oder eben «Morbus helveticus» genannt wurde.⁴

Im 18. Jahrhundert erzählte man sich, dass das Singen von Hirtenliedern, sogenannten «Kuhreihen», Heimweh auslösen könne. Die Schweizer Söldner, oftmals arme Bauernsöhne, sangen das Lied im Ausland, um sich Mut zu machen. Es hiess, den Schweizern in fremden Diensten sei es darum bei Todesstrafe verboten gewesen, den «Kuhreihen» zu singen oder zu spielen. Ob dies tatsächlich so war, ist umstritten.⁵

- ⑤ a) Hast du auch schon mal an Heimweh gelitten? Wen oder was hast du vermisst?

- b) Wenn ja: Wie hat es sich angefühlt? Was hast du am meisten vermisst?

- c) Kennst du ein Heilmittel, das dir hilft?

- ⑥ Hier findest du zwei unterschiedliche Versionen der «Kuhreihen». Hör sie dir mit geschlossenen Augen an.



- Bernard Romanens singt «Le ranz des vaches» (1977):

<https://youtu.be/e0xAw2oXhJY>

- Bastian Baker singt «Le ranz des vaches» (2014):

https://youtu.be/2rInxwe_C40?t=56

- a) Welche Version gefällt dir besser? Kreuze an.

- b) Was löst das Lied bei dir aus? Beschreibe das Gefühl.

⁴ <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/017439/2010-03-31/>

⁵ Heimweh nach den Bergen, in: SNM-Blog: <https://blog.nationalmuseum.ch/2019/09/heimweh/>
Heimweh, in: Historisches Lexikon der Schweiz: <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/017439/2010-03-31/>.



«Trittst im Morgenrot daher ...»

Ein weiteres Lied, das mit der Schweiz in Verbindung gebracht wird, ist die Nationalhymne. Diese soll das Zusammengehörigkeitsgefühl der Nation darstellen. Die Hymne gibt immer wieder Anlass zur Diskussion, z.B. wenn an der Fussball-Weltmeisterschaft die Schweizer Nationalspieler nicht mitsingen oder den Text vergessen haben.

1981 erklärte der Bundesrat den «Schweizerpsalm» definitiv zur offiziellen Hymne der Schweiz. Dieser stammt bereits aus dem Jahr 1841 und war provisorisch schon seit 1961 im Einsatz.⁶ Wie bereits das Fussballbeispiel zeigt, können sich nicht alle mit der Nationalhymne identifizieren. Die Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft (SGG) startete im Jahr 2015 einen Wettbewerb und kürte eine neue Nationalhymne.

- ⑦ a) Lies die beiden Textversionen durch.

Schweizerpsalm von 1841

Trittst im Morgenrot daher,
Seh' ich dich im Strahlenmeer,
Dich, du Hoherhabener, Herrlicher!
Wenn der Alpenfirn sich rötet,
Betet, freie Schweizer, betet!
Eure fromme Seele ahnt
Eure fromme Seele ahnt
Gott im hehren Vaterland,
Gott, den Herrn, im hehren Vaterland.

Kommst im Abendglühn daher,
Find' ich dich im Sternenheer,
Dich, du Menschenfreundlicher, Liebender!
In des Himmels lichten Räumen
Kann ich froh und selig träumen!
Denn die fromme Seele ahnt
Denn die fromme Seele ahnt
Gott im hehren Vaterland,
Gott, den Herrn, im hehren Vaterland.

Ziehst im Nebelflor daher,
Such' ich dich im Wolkenmeer,
Dich, du Unergründlicher, Ewiger!
Aus dem grauen Luftgebilde
Tritt die Sonne klar und milde,
Und die fromme Seele ahnt
Und die fromme Seele ahnt
Gott im hehren Vaterland,
Gott, den Herrn, im hehren Vaterland.

Fährst im wilden Sturm daher,
Bist du selbst uns Hort und Wehr,
Du, allmächtig Waltender, Rettender!
In Gewitternacht und Grauen
Lasst uns kindlich ihm vertrauen!
Ja, die fromme Seele ahnt,
Ja, die fromme Seele ahnt,
Gott im hehren Vaterland,
Gott, den Herrn, im hehren Vaterland.⁷

Schweizer- strophe von 2015

Weisses Kreuz auf rotem Grund,
unser Zeichen für den Bund:
Freiheit, Unabhängigkeit, Frieden.
Offen für die Welt, in der wir leben,
lasst uns nach Gerechtigkeit streben!
Frei, wer seine Freiheit nützt,
stark ein Volk, das Schwache stützt.
Weisses Kreuz auf rotem Grund,
unser Zeichen für den Schweizer Bund.⁸

6) Landeshymne, in: Historisches Lexikon der Schweiz:
<https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/010103/2007-11-13/7>
7) <https://www.admin.ch/gov/de/start/bundesrat/geschichte-des-bundesrats/schweizer-landeshymne.html>
8) <https://www.sgg-ssup.ch/de/der-hymne-text.html>



b) Stell dir vor, du sitzt in der Jury des Wettbewerbs und darfst über die offizielle Schweizer Hymne entscheiden. Welche Eigenschaften sind für dich persönlich wichtig?

- religiös*
- TRAURIG
- klassisch
- fröhlich**
- POPPIG**
- verständlich
- TRADITIONSBEWUSST
- zeitgemäss
- vielfältig**

c) Setze diese Adjektive in die Felder und bewerte anschliessend bei beiden Hymnen-Versionen, ob die Eigenschaft zutrifft. Du kannst auch eigene Adjektive verwenden.

Eigenschaft	Schweizerpsalm von 1841		Schweizerstrophe von 2015	
	trifft zu	trifft nicht zu	trifft zu	trifft nicht zu
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

d) Für welche Version entscheidest du dich? Kreuze an und begründe in zwei bis drei Sätzen.



e) Zu welchen Gelegenheiten sollten Nationalhymnen gesungen werden?



- >> Schweizer Schokolade, Armbanduhren oder Taschenmesser sind Exportschlager. Aber auch Heidi oder Wilhelm Tell sind auf der ganzen Welt bekannt. Aber was denkt die Welt über die Schweiz? Welche Eigenschaften werden den Schweizerinnen und Schweizern zugeschrieben?

Selbstbild

Werte geben Orientierung darüber, wer und wie man sein möchte. Sie verbinden und stiften Sinn in der Gemeinschaft. Dabei geht es um erstrebenswerte Eigenschaften oder Qualitäten.

- ① a) Lies die Begriffe durch. Welche Worte sind neu für dich? Recherchiere sie im Internet.

- Achtsamkeit • Ansehen • Anstand • Bescheidenheit • Disziplin •
- Effizienz • Ehrlichkeit • Erfolg • Fleiss • Freiheit • Freundlichkeit •
- Frieden • Grosszügigkeit • Harmonie • Heldenmut • Humor •
- Innovation • Kreativität • Neutralität • Offenheit • Präzision •
- Pünktlichkeit • Respekt • Ruhe • Sauberkeit • Selbstständigkeit •
- Sicherheit • Solidarität • Sparsamkeit • Stabilität • Toleranz • Treue •
- Traditionsbewusstsein • Tüchtigkeit • Unabhängigkeit •
- Verantwortung • Wehrhaftigkeit • Zuverlässigkeit •

- b) Welche dieser Werte treffen auf die Schweiz zu? Wähle sechs Begriffe aus.

- c) Welche dieser Werte sind dir persönlich besonders wichtig? Wähle sechs Begriffe aus.

- d) Gibt es Werte, die gar nicht zur Schweiz passen? Begründe.



Fremdbild – stereotypisch Schweiz!

Wie wirken wir nach aussen? Welche Eigenschaften werden Schweizerinnen und Schweizern zugesprochen? Im Alltag passiert es oft, dass wir Menschen aufgrund von bestimmten Merkmalen einer Gruppe zuordnen, die mit gewissen Eigenschaften verbunden ist. Das heisst, wir verwenden Stereotype. Das sind die Annahmen, die man über eine bestimmte Gruppe von Personen trifft.

Wenn Stereotype zutreffen, können sie nützlich sein: Sie helfen, Unbekanntes schneller einzuschätzen. Allerdings gehen dabei die individuellen Unterschiede innerhalb der Gruppe vergessen.

Es gibt positiv und negativ behaftete, aber auch neutrale Stereotype:

«Italiener sind lebenslustig.»	«Franzosen essen gerne Baguette.»	«Schotten sind geizig.»

Stereotype werden meist verwendet, ohne dass man sich über die Bedeutung Gedanken macht. Sie gehen von einem bestimmten Vorurteil aus, haben aber manchmal doch einen Funken Wahrheit in sich.

- ② Lies unten stehende Aussagen durch.

Schweizerinnen und Schweizer ...

- ... können kein richtiges Deutsch.
- ... lieben Schokolade und Käse.
- ... haben immer ein Taschenmesser dabei.
- ... sind ordentlich.
- ... stehen jedem Thema neutral gegenüber.
- ... sind verschlossen.
- ... reden nicht über Geld.
- ... sind geizig.
- ... sind immer pünktlich.
- ... ziehen sich schlecht an.
- ... sind zuverlässig.
- ... sind reich.
- ... sind «Bünzli» und «Tüpfelschiisser».¹

Für die weitere Auseinandersetzung mit dem Thema «Stereotype» stehen dir zwei Möglichkeiten zur Verfügung. Kreuze an, wofür du dich entscheidest.

- A** Stereotypen-Check > weiter auf Seite 2.
- B** Stereotypen-Video > weiter auf Seite 3.


1) <https://suissebook.ch/de/11-vorurteile-die-deutsche-gegenueber-den-schweizern-haben-2/886953>, <https://www.youtube.com/watch?v=HKMctHRm61Y>

5 Wertevorstellungen





A a) Was denkst du, wie stark treffen die folgenden Aussagen ...



 ... auf dich persönlich zu?

 ... auf die Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer zu?



«Schweizerinnen und Schweizer können kein richtiges Deutsch.»

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+

«Schweizerinnen und Schweizer sind ordentlich.»



	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+



«Schweizerinnen und Schweizer reden nicht über Geld.»



	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+

Erklärung:
- trifft nicht zu
0 keine Meinung
+ trifft zu

b) Untersuche weitere Stereotype. Entweder du wählst sie aus der Liste auf der vorherigen Seite aus oder du findest eigene Beispiele für Stereotype, denen du selber schon begegnet bist.

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-	0	+

c) Gibt es Stereotype, die du selbst schon verwendet hast? Für Schweizerinnen und Schweizer oder für andere Gruppen? Nenne Beispiele.

d) Überlege dir, warum und wie Stereotype entstehen können. Haben sie einen geschichtlichen Hintergrund? Inwiefern haben Toleranz, die eigene Persönlichkeit oder die selbst gemachten Erfahrungen damit zu tun? Was beeinflusst diese Meinungsbildung ausserdem?



B a) Suche dir zwei Aussagen aus und schreibe sie auf.

« »

« »

b) Nimm in einer Videobotschaft Stellung dazu. Begründe deine Haltung anhand folgender Punkte:

Mach dir hier Notizen für deine Aufnahme.

Wer könnte so etwas behaupten und warum?

Denkst du, die Aussage trifft auf die Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer zu?

Trifft die Aussage auf dich zu?

Erzähl von Stereotypen, die du selbst schon verwendet hast.

c) Schicke die Videobotschaft an deine Lehrperson oder teile sie mit der Klasse.

AB 1: Identität

- ① b) Die USA sind ein Zusammenschluss eigenständiger Staaten zu einem Bundesstaat. Das bedeutet, dass jeder Staat seine Eigenheiten mit sich bringt. Was die Zusammengehörigkeit ausmacht, ist die gemeinsame Geschichte.
- d) Gewissermassen ist ein Vergleich möglich. Auch die Schweiz ist ein Zusammenschluss aus eigenständigen Orten zu einem Bundesstaat. Was die einzelnen Regionen verbindet, ist die Sehnsucht nach einer gemeinsamen Geschichte. Dabei stellt sich auch die Frage, welche Überlieferungen für eine Nation bedeutsam sind. Einerseits sind es Ereignisse, die effektiv stattgefunden haben, andererseits sind es auch Geschichten, die von Generation zu Generation weitererzählt werden: Mythen, Legenden und Sagen. Auch diese können identitätsstiftend sein. Insofern trifft Obamas Zitat, in dem es um eine gemeinsame Geschichte in der Heterogenität geht, auch auf die Schweiz zu.

AB 2: Produkte

- ① d) Lösungsvorschläge, ohne Zuordnung:
- Preis
 - Saison / Verfügbarkeit in der Schweiz
 - Qualität
 - Lokales Gewerbe unterstützen
 - Design
 - ...
- ② **Käse**
2019 konsumierten die Schweizerinnen und Schweizer insgesamt 189'310 Tonnen Käse. Der Pro-Kopf-Konsum liegt damit bei 21,99 Kilogramm.
(Quelle: www.bauernzeitung.ch/artikel/schweizer-essen-immer-mehr-schweizer-kaese)
- Uhren**
Wer hat die Uhrenindustrie in der Schweiz vorangebracht?
Antwort: Reformierte Glaubensflüchtlinge aus Frankreich
- ③ b) Die Story weist verschiedene Elemente auf. Hier eine Auswahl:
- | | |
|--------------|--|
| Drei Männer: | Mögliche Anlehnung an die Rütlichschur-Szene / Zusammengehörigkeit / Männer sehen aus wie Sennen |
| Trachten: | Hinweis auf traditionelle, regionaltypische Mode |
| Sägemehl: | Gefühl für Bauernidylle / Bodenständigkeit |
- c) Die Werbung verspricht den Genuss des echten, originalen Appenzeller Käses nach einer traditionellen Rezeptur.

AB 3: Menschen und mythologische Figuren

- ③ **Historische Persönlichkeiten**
In der Video-Führung werden folgende Personen vorgestellt: Guillaume Henri Dufour, Henri Dunant, Johanna Spyri, Alfred Escher