

# Das wirre Bild des Bundes

## Das Staatsdesign der Schweiz ist ausser Kontrolle geraten: Kritik am Erscheinungsbild der Bundesverwaltung

*Uneinheitlich, unordentlich, unstaatlich: So treten Departemente, Ämter und andere Stellen der Bundesverwaltung öffentlich in Erscheinung – mit rund achtzig verschiedenen Logos. Die Hochschule der Künste Bern hat den Wildwuchs durchleuchtet und rät zu klarem, stilvollem Auftreten.*

WALTER DÄPP

«Die stattliche Zahl von heute gegen achtzig verschiedenen Erscheinungsbildern ist nicht nur ein Zeichen einer ausser Kontrolle geratenen Entwicklung, der Wildwuchs drückt auch eine fragwürdige Haltung unserer Regierung und Bundesverwaltung in den Fragen von Identität und Auftreten aus». Das schreibt Christian Jaquet, Studienleiter Visuelle Kommunikation der Hochschule der Künste Bern (HKB), zu einer soeben abgeschlossenen Studie über das Erscheinungsbild der Bundesverwaltung.

Klipp und klar ist das Fazit dieser Studie, die in enger Zusammenarbeit mit der Bundesverwaltung entstanden ist und in gedruckter Form («Das Staatsdesign der Schweiz – Zustand und Reform») nun vorliegt: «Im Interesse unseres Landes» erachtet man «eine gründliche Reform des desolaten Staatsdesigns als unerlässlich.»

Unter Staatsdesign bezeichnet die Studie «die Gesamtheit aller kommunikativen Äusserungen einer Regierung und ihrer Verwaltung» – auf nationaler Ebene also weit mehr als die Gestaltung der Fahne des Landes und der hoheitlichen Erscheinungsbilder auf Briefen, Drucksachen und Websites. Dazu gehörten auch der Geist und Stil der gesamten Kommunikation und Umgangsformen der Behörden, die Architektur der staatlichen Bauten, die Gestaltung der Banknoten und Münzen, Text und Musik der Landeshymne sowie die Ausgestaltung des Nationalfeiertages und anderer staatlicher Festtage. Das Forschungsprojekt konzentrierte sich aber auf den engeren Bereich des Staatsdesigns, das Erscheinungsbild der Bundesverwaltung.



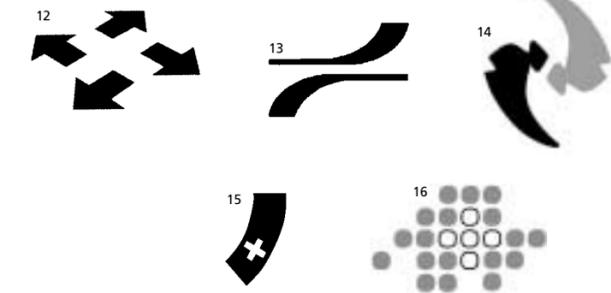
**Strapaziertes Schweizer Kreuz**  
Wirre Ausmasse nimmt der Wildwuchs dann aber vor allem bei den Logos für Bundesämter und andere Verwaltungsstellen an. Und dabei ist für viele gestalterische Kreationen kühn Hand ans Schweizer Kreuz gelegt worden: In vielen Emblemen ist dieses offizielle Schweizer Wappen bis zur Unkenntlichkeit strapaziert worden. So erkennt die Studie beispielsweise im Logo des Bundesamts für Zivilluftfahrt «eine der kühnsten Attacken aufs Schweizer Kreuz»,

**Ordnung bis in die 1980er-Jahre**

Bis Ende der 1980er-Jahre war dieses Erscheinungsbild der Schweizerischen Eidgenossenschaft noch ordentlich: Da war alenthalben noch das Schweizer Kreuz prägender amtlicher Blickfang. Jenes Kreuz, das die Bundesversammlung am 12. November

1889 mit folgenden Worten als eidgenössisches Wappen definiert hatte: «Das Wappen der Eidgenossenschaft ist im rothen Felde ein aufrechtes, freistehendes weisses Kreuz, dessen unter sich gleiche Arme je ein Sechstel länger sind als breit.»

Über neun Jahrzehnte bewährte sich das schwarz schraffierte Bundeswappen auf den Papieren und Publikationen des Bundes und der Bundesverwaltung also «als vereinendes Zeichen und unverwechselbarer Absender des Staates», was – laut Forschungsbericht – «für die Aussagekraft, das Selbstverständnis und die Zeitlosigkeit» dieses Wappens spricht: Obschon es seit 1889 «zwei Weltkriege überlebt, etliche Namens-



änderungen von Departementen durchgemacht, die wachsende Bedeutung der Bundesämter miterlebt und sicher auch manchen Vorstössen für Neuerungen getrotzt» habe.

**Und dann wirrer Wildwuchs**

Seit den 1980er-Jahren hat sich dies aber dramatisch geändert. Die Verfasser der Studie reden von einer «fortschreitenden visuellen Verselbständigung der Erscheinungsbilder von Departementen und Ämtern» – von einer «ausser Kontrolle geratenen Entwicklung».

Experten bezeichneten die ihnen vorgelegte Auswahl von rund 80 Logos (Marken- oder Firmenzeichen), von denen einige auf dieser Seite zu sehen sind, als «völlig uneinheitlich». Sie sprachen etwa von «fehlendem Bezug auf eine gemeinsame Identität und Mission» und von «zu grosser Autonomie von Departementen und Ämtern». Und sie erkannten im Logo-Wildwuchs auch «Führungslosigkeit und eine ungesteuerte Entwicklung», ein «Gärtlidendenken» und «extreme qualitative Unterschiede». Laut Studie treibt der Wildwuchs im Erscheinungsbild der Bundesverwaltung schon auf oberster Ebene seine Blüten: Bei den uneinheitlichen Briefschaften der Bundesrätin und der Bundesräte und beispielsweise auch bei den völlig verschiedenen Auftritten der Departemente und der Bundeskanzlei im Internet ([www.admin.ch](http://www.admin.ch)).

**Strapaziertes Schweizer Kreuz**

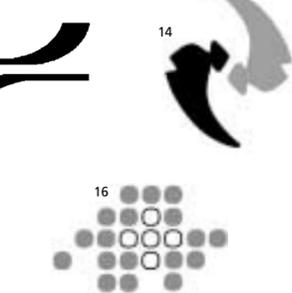
Wirre Ausmasse nimmt der Wildwuchs dann aber vor allem bei den Logos für Bundesämter und andere Verwaltungsstellen an. Und dabei ist für viele gestalterische Kreationen kühn Hand ans Schweizer Kreuz gelegt worden: In vielen Emblemen ist dieses offizielle Schweizer Wappen bis zur Unkenntlichkeit strapaziert worden. So erkennt die Studie beispielsweise im Logo des Bundesamts für Zivilluftfahrt «eine der kühnsten Attacken aufs Schweizer Kreuz»,

das hier in einem aviatischen Schwebezustand über blauem Grund zu verharren hat.

Andere Logos scheinen bewusst jeden Bezug zum Schweizer Wappen oder zu einer klar erkennbaren Marke «Bundesverwaltung» verleugnen oder weit von sich weisen zu wollen. Viele sind staatsfern, verwechselbar, überladen, nichts sagend oder beliebig. Und die Studie kommt zum Schluss, dass «das Auffinden qualitativ hoch stehender Logos und Erscheinungsbilder innerhalb des Schweizer Staatsdesigns schwer fällt».

**Die Gründe für eine Reform**

Eine Reform des Staatsdesigns drängt sich nach Ansicht der Verfasserinnen und Verfasser der Stu-



die aus folgenden Gründen auf:

- Mit dem Herausstellen des Bundes als Erbringer von Dienstleistungen für die Öffentlichkeit lernt die Öffentlichkeit die Gegenleistungen des Staates für Steuergelder, Gebühren und Abgaben kennen.
- Durch die klare Kennzeichnung der Leistungen des Staates lässt sich sein Image in der Öffentlichkeit verbessern und Staatsverdrossenheit abbauen.
- Ein einheitliches Erscheinungsbild macht den hoheitlichen Auftritt und die verfassungsmässige Autorität des Bundes sichtbar und erlebbar.
- Ein einheitlicher Auftritt kann das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Bundesverwaltung fördern, die Identitätsfindung auf allen Stufen erleichtern und da-



die aus folgenden Gründen auf:

- Durch die klare Kennzeichnung der Leistungen des Staates lässt sich sein Image in der Öffentlichkeit verbessern und Staatsverdrossenheit abbauen.
- Ein einheitliches Erscheinungsbild macht den hoheitlichen Auftritt und die verfassungsmässige Autorität des Bundes sichtbar und erlebbar.
- Ein einheitlicher Auftritt kann das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Bundesverwaltung fördern, die Identitätsfindung auf allen Stufen erleichtern und da-

durch Kommunikation nach innen und aussen verbessern.

- Gestaltung, Produktion und Anwendung einheitlicher Erscheinungsbilder kosten weniger und sind einfacher, sicherer und konsequenter zu handhaben.

**Leistungen erkennbar machen**

Der Kommunikationschef eines Departements wird in der Studie so zitiert: «Wir sind dafür da, die Staatsleistungen zu erbringen. Aber die Menschen realisieren nicht, was darunter fällt – zum Beispiel Sicherheit, Schulen, Ausbildung, Eisenbahn, Stabilität, Sozialpartnerschaft, Arbeitsfrieden, AHV und andere Leistungen des Bundes. Aber eben, diese Gegenleistungen sind nicht erkennbar für die Öffentlichkeit. Als Unternehmer hätte ich ein enormes Interesse daran, dass meine Leistungen erkennbar sind.»

Einem anderen Kommunikationschef fehlt «auf der Stufe Bundesverwaltung eigentlich das



Dachbild, ein inhaltliches und visuelles Leitbild, eine Basis, eine Art 'idée suisse'. Deshalb möchte er eigentlich eine «Marke Bundesverwaltung».

**Schweizer Kreuz als Dachmarke**

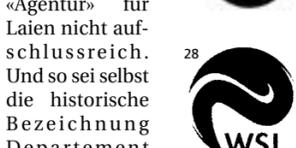
Dies schlägt die Studie auch vor: Die «Dachmarke» sei der Bund, sein Logo sei in allen Kommunikationsmitteln als alleiniges Zeichen das eidgenössische Wappen – wobei die Art dieses Logos «noch genau überprüft» werden müsse. Für diese Regel sieht sie allerdings Ausnahmen: Wenn etwa eine Verwaltungseinheit nachweisen kann, dass ihr durch die einheitliche «Dachmarke Schweiz» Nachteile erwachsen können.

Der einheitlichen Unternehmensidentität (Corporate Identity) und dem entsprechenden Erscheinungsbild (Corporate Design) wird nach aussen aber folgende Wirkung zugeschrieben: Sie machen ein Unternehmen bekannt und beliebt, profilieren sein Image, heben es von der Konkurrenz ab und vergrössern somit die Wirkung der kommunikativen Massnahmen.

**«Departement» zeitgemäss?**

Die Studie kritisiert im Übrigen den übermässigen Gebrauch von Kürzeln innerhalb der Bundesverwaltung und hinterfragt diverse Namen und Bezeichnungen, die Verständlichkeit erschweren. So tönten beispielsweise hierarchi-

sche Statusangaben wie «Büro», «Gruppe» oder «Agentur» für Laien nicht aufschlussreich. Und so sei selbst die historische Bezeichnung Departement «auf ihre langfristige, internationale Tauglichkeit hin» zu überprüfen. Vor allen gestalterischen Arbeiten, rät die Studie deshalb, müsse eine vertiefte Beschäftigung mit dem Fragenkomplex der Namensgebung («Naming») einsetzen.



Forschungsleiter Christian Jaquet hat im Einladungsbrief zur gestrigen Präsentation der Studie geschildert, was ihn zu diesem Projekt animierte: «Es kann nicht egal sein, wie Freunde und Menschen daherkommen, die uns nahe stehen. Und sollte ihr Äusseres gar liederliche Züge annehmen, so beschäftigt uns das und wir suchen gleich nach Gründen. Sehr ähnlich ergeht es mir seit Jahren bei der Betrachtung des zunehmend uneinheitlich gewordenen Erscheinungsbildes der Eidgenossenschaft.»

**«Gar liederliche Züge»**

Es war deshalb an der Zeit, dass er und sein HKB-Team nun die «liederlichen Züge» im Staatsdesign der Schweiz genau eruiert und kritisch unter die Lupe genommen haben.

Es war deshalb an der Zeit, dass er und sein HKB-Team nun die «liederlichen Züge» im Staatsdesign der Schweiz genau eruiert und kritisch unter die Lupe genommen haben.

**[I] DER BERICHT** Über das «Staatsdesign der Schweiz – Zustand und Reform» ist von der Hochschule der Künste Bern HKB im Rahmen ihres umfangreichen Forschungsprogramms zur «Marke Schweiz» erarbeitet worden. Der Bericht kann für 35 Franken bei der HKB, Fellerstrasse 11, 3027 Bern, bezogen werden. ([www.hkb.bfh.ch](http://www.hkb.bfh.ch))

- 1 Bundesamt für Statistik BFS
- 2 Bundesamt für Gesundheit BAG
- 3 Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport VBS
- 4 Nationale Alarmanzentrale NAZ
- 5 Eidgenössische Alkoholverwaltung EAV
- 6 Hauptabteilung für die Sicherung der Kernanlagen HSK
- 7 Paul Scherrer Institut PSI
- 8 Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
- 9 Swissmint
- 10 Eidg. Materialprüfungs- und Forschungsanstalt EMPA
- 11 Eidgenössische Spielbankenkommission ESBK
- 12 Bundesamt für Verkehr BAV
- 13 Schweizerischer Wissenschafts- und Technologierat
- 14 Schweizerisches Institut für Rechtsvergleichung SIR
- 15 Präsenz Schweiz
- 16 Eidg. Finanzdepartement EFD
- 17 Bundesamt für Veterinärwesen BVET
- 18 Bundesamt für Strassen ASTRA
- 19 Eidgenössische Ausländerkommission
- 20 Bundesamt für Zivilluftfahrt BAZL
- 21 Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft BUWAL
- 22 Bundesamt für Bildung und Wissenschaft BBW
- 23 Rat der Eidg. Technischen Hochschulen
- 24 Bundesamt für Landschaft BLW
- 25 Parlamentsdienste
- 26 Bundesgericht
- 27 Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung BWL
- 28 Eidg. Forschungsanstalt WSL, Birmensdorf
- 29 Integrationsbüro (IB) EDA/EDV
- 30 Das klassische Schweizer Wappen von 1889

**ZUR SACHE:**

**Achille Casanova**  
Vizekanzler und Sprecher des Bundesrats.

### «Spontane Kreativität»

«**BUND:** Ist für Sie gegenwärtig in Bezug auf die Leistungen der Bundesverwaltung ein öffentlich wahrnehmbares Markenzeichen «Schweiz» oder «Eidgenossenschaft» erkennbar?»

**ACHILLE CASANOVA:** Auf Stufe der Departemente ja, auf anderen Stufen gibt es jedoch eine Vielzahl von Logos – so, dass die Erkennbarkeit des Bundes nicht mehr gegeben ist. Das ist auch der Grund, weshalb der Bundesrat die Einführung eines Einheitslogos für die Bundesverwaltung beschlossen hat.

*Der Forschungsbericht pointiert von einem derzeit «desolaten Staatsdesign».*

Ja. Doch wir haben die Sache aber angepackt, bevor wir die Resultate der Studie hatten. Eine Arbeitsgruppe hat nun den Auftrag, ein einheitliches Logo zu schaffen. Vorbild ist das Schweizer Wappen, wie es von der Bundeskanzlei verwendet wird – das weisse Kreuz auf rotem Grund.

*Wie weit ist diese Arbeit gediehen?*

In der ersten Hälfte dieses Jahres müssen wir dem Bundesrat Vorschläge unterbreiten. Bis ein Entscheid über das einheitliche neue Erscheinungsbild gefällt ist, gilt ein Moratorium: Es darf in der Bundesverwaltung also kein neues Logo mehr geschaffen werden.

*Was sagen Sie persönlich zu einer Straffung des Staatsdesigns?*

Die Verschiedenheit der Erscheinungsbilder hat auch positive Seiten gehabt: Viele Leute haben sich mit ihrem Amt oder mit ihrer Sektion identifiziert, es herrschte eine kreative Spontaneität. Das Angebot des Bundes im Internet hat beispielsweise wesentlich davon profitiert, es ist im Laufe der letzten Jahre fast von selber entstanden. Heute verzeichnen wir auf [www.admin.ch](http://www.admin.ch) täglich 900 000 Zugriffe – das ist ein erfreuliches Resultat dieses Initiativegeistes.

*Ein einheitlicheres Erscheinungsbild könnte aber auch hier nicht schaden, wenn man nur schon die völlig unterschiedlichen Web-Auftritte der einzelnen Departemente anschaut?*

Auch hier wird das neue Erscheinungsbild mehr Übersicht bringen. Wichtig ist auf der ganzen Linie die Verbesserung der gesamten Identität – die klarere Wahrnehmung des Bundes und seiner Dienstleistungen als Gesamtes. Diese Identität soll nach innen und aussen wieder besser und klarer sichtbar werden.

*Die Studie schlägt auch vor, mit Blick in die Zukunft seien gewisse vertraute Begriffe zu überprüfen. Sie stellt beispielsweise die Bezeichnung «Departement» in Frage. Ändert sich auch da etwas?*

Im Moment sind wir dabei, das Erscheinungsbild zu ändern. Ob auch gewisse Bezeichnungen geändert werden, ist jedoch noch völlig offen. (wd)

## Schweizer Kreuz im Mittelpunkt

Kurz nach einer ersten Präsentation der nun veröffentlichten HKB-Studie vor Mitarbeitenden der Bundesverwaltung unter Vizekanzler Achille Casanova hat der Bundesrat am 26. November 2003 beschlossen, dass die sieben Departemente und die 73 Bundesämter ein einheitliches Erscheinungsbild erhalten sollen. Statt einer Vielzahl an Logos, entschied er, stehe in Zukunft das Schweizer Wappen



wieder im Mittelpunkt. Er beauftragte eine Arbeitsgruppe «in Kenntnis der Untersuchung der Berner Hochschule der Künste» damit, konkrete Vorschläge für die Umsetzung zu erarbeiten.

In einer Motion hatte Nationalrat Erler am 14. Dezember 2001 vom Bundesrat auch verlangt, ein Konzept für einen einheitlichen Internetauftritt von Regierung und Verwaltung zu erstellen. (wd)

