

Neue Trends im neuen Jahrhundert:

Namen ohne Inhalt

von Klaus J. Stöhlker*

Das Bekenntnis der neuen Schweizer Fluggesellschaft zum Namen „swiss“ fällt vollständig aus dem Rahmen. Vielleicht wurden die Vorschläge des franco-kanadischen Designers Tyler Brulé deshalb so gut aufgenommen, weil sie nach einem „annus horribilis“ der Schweizer Wirtschaft und Politik sich wieder zu dem bekannten, was alle sich sehnlichst wünschten: einer „swissness“, die sich positiv abhebt vom Rest der Welt. Insofern ist der Name „swiss“ nostalgisch, liegen hinter uns doch fünfzehn Jahre, wo die Legende von Wilhelm Tell vernichtet und „La Suisse n'existe pas“ zum Thema des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung von Sevilla wurde. Kommt es zu einer Wiedergeburt schweizerischer Realität? Immerhin ist auch Botschafter Dr. Thomas Borer-Fielding bei der Verleihung des Ordens wider den tierischen Ernst als Tell aufgetreten.

Es sind zunehmend Namen ohne Inhalt, die unser Umfeld bestimmen. Dies sind Zeichen einer Transformation: Was bisher war, soll nicht mehr gelten. Neues entsteht, das seine Form erst finden muss. Gerade deshalb, weil die Schweiz in einem Transformationsprozess erster Güte steht, ist das Land voller Namen ohne Inhalte. Das Prinzip sei an den folgenden Beispielen erläutert:

- **UBS**

Die Schweizerische Bankgesellschaft (SBG) gehörte zu den legendären Unternehmen der Schweiz, das, aus Winterthurer Wurzeln entstanden, viel zum wirtschaftlichen Erfolg des Landes im vergangenen Jahrhundert beigetragen hat. Im Zuge der Internationalisierung wurde aus „Bankgesellschaft“ die „Union Bank of Switzerland“. Nach der Übernahme des Schweizerischen Bankvereins durch die UBS behielt man die Kurzform „UBS“ bei, bestand jedoch darauf, dass das Logo „UBS“ keinen Inhalt mehr habe. Dies ist auch der heutige Zustand.

- **Bankkunden-Geheimnis**

Das schweizerische Bankgeheimnis, in den 30er Jahren des vergangenen Jahrhunderts entstanden, gehört zu den globalen Dienstleistungsgrosserfolgen. Aufgrund der zunehmenden Angriffe gegen das schweizerische Bankgeheimnis wurde es zum „Bankkunden-Geheimnis“ erweitert, um deutlich zu machen, dass es nicht ein Geheimnis der Banken, sondern der Bankkunden ist. Damit begann der Niedergang des schweizerischen Bankgeheimnisses, das heute zunehmend politisch und wirtschaftlich ausgehöhlt wird. Der alte Name hat seinen Inhalt verloren.

- Unique

Die Betreibergesellschaft des Zürcher Flughafens und weiterer Unternehmen hat sich in einem Anflug von Übermut, der von Grössenwahn nicht weit entfernt ist, den Namen „unique“ gegeben. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass dem grossartigen Anspruch, den der originelle Name vermittelt, die Realität noch nicht zu folgen vermag. „unique“ ist ein echtes Beispiel virtueller Kommunikation: Man setze eine Fata Morgana in die Luft und bemühe sich, daraus eine Realität zu machen.

- VBS

Das Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport ist ein gutes Beispiel dafür wie aus dem alten Militärdepartement (EMD) eine Verwaltungseinheit wird, die ihren eigentlichen Auftrag nur noch als partiell betrachtet. Aus „Militär“ wird Verteidigung, Bevölkerungsschutz (gegen Überschwemmungen, Lawinen etc.) wird hinzugefügt. Der Sport, schon im 19. Jahrhundert gefördert, weil die Rekruten zu schwach waren, findet seinen Platz dort, wo er immer hingehörte; ausgeklammert wird er als Faktor der Unterhaltungs- und TV-Industrie. Es ist auffallend, dass die weltstärkste Militärmacht, die USA, diesen Trend nicht mitmacht, sondern Europa vorwirft, man schwäche das eigentliche Anliegen, die militärische Verteidigung.

- Neutralität

Es ist erstaunlich, welche Veränderungen der sehr schweizerische Begriff der Neutralität zu ertragen vermag. Diente er ursprünglich dazu, kräftige Schweizer Elitetruppen allen europäischen Militärmächten gleichzeitig anzudienen, wurde er nach dem Wiener Kongress der Schweiz auferlegt, um im Kalten Krieg des 20. Jahrhunderts zu einer defensiven politischen Haltung zu erstarren. Heute löst sich dieser Begriff in einer globalisierten Welt auf und ist zu beliebigen Auslegungen offen.

- Davos

Aus den privaten Gesprächen von Topmanagern ist im Lauf der Jahrzehnte ein Forum der Mächtigen und Schönen geworden, das politische und soziale Lösungsansätze bieten möchte. Die Ortschaft Davos ist damit zu einem Begriff wie die Stadt Genf geworden. Davos mag nach New York City wandern; es ist daraus eine Formel entstanden, die heute zwischen Hoffnung und Enttäuschung, zwischen der Suche nach dem Frieden und dem offenen Chaos changiert.

Der Trend zu den sinnentleerten Namen, die sich elastisch jeder Auslegung zur Verfügung stellen, kommt aus einem Bereich, der, oberflächlich gesehen, wenig mit Wirtschaft und Politik zu tun hat: der Fantasy-Industrie. Der Schweizer Autor Erich von Däniken hat mit der Wiederkehr der Ausserirdischen daraus ein globales Produkt gemacht, das von Hunderten von Millionen Menschen als Realität betrachtet und gekauft wird. Wer erinnert sich nicht an das Lied „Xanadu“, ein Land wie das El Dorado der spanischen Conquistadores?

Heute werden die Unternehmen und – wie zu sehen ist – auch die Parteien zu solchen Fantasy-Gebilden, wo ein Begriff abstrakt in den Raum gesetzt wird und die Inhalte darin sich ändern. Geradezu dramatisch hat sich dies in jüngster Zeit bei der Deutsche Bank AG in Frankfurt vollzogen. Dieses Unternehmen als Urbegriff deutschen Unternehmertums nimmt nun unter Führung einer Schweizer CEO's mit amerikanischem Vornamen, Joe Ackermann, Abschied von seinem Deutschtum und driftet hinaus in die globalen englisch-amerikanischen Finanzmärkte.

Der grosse englische Mineralölproduzent BP (British Petroleum) verzichtet in seinem Auftritt an den Tankstellen seit jüngster Zeit ganz auf eine erkennbare Unternehmensbezeichnung. Er präsentiert sich vielmehr unter einem Sonnen-Logo. Hier ist Fantasy konsequent ganz weit getrieben. Gelungen ist die Umstellung bereits bei Firmen wie Atraxis (IT-Dienstleistungen für die Luftfahrt) und Novartis (Pharmaindustrie).

Was hinter diesen formelhaften Namen tatsächlich bewegt wird, ist nur für relativ wenige Insider erkennbar. Eines der traditionsreichsten Unternehmen der globalen Informationsvermittlung, Dun & Bradstreet, hat soeben ebenfalls diesen sehr konkreten Firmennamen aufgegeben und nennt sich D&B. Ganz wie UBS. Es spielt keine Rolle mehr, was sich hinter diesen Formeln versteckt.

Diese wenigen Beispiele machen deutlich, dass Begriffe ohne stabilen Inhalt dem raschen Wandel der Gegenwart oft viel besser standzuhalten vermögen als feste Ordnungen. Alleine der Unterschied zwischen „Sozialdemokratischer Partei“ des frühen 20. Jahrhunderts und derjenigen der Jetztzeit vermag zu faszinieren. Was waren Liberale, was sind Liberale heute und was sind Neo-Liberale? „Menschenrechte“ und „Demokratie“ sind zu Begriffen verwandelt worden, die mit jenen zur Zeit ihrer Gründung, nur noch wenig zu tun haben.

*Klaus J. Stöhlker, Unternehmensberater für Öffentlichkeitsarbeit, Zollikon/ZH