

Nach vierjähriger Beratung im Parlament stellt sich nun die Swissness-Frage plötzlich für das Bundeshaus selbst. Im Ostflügel werden nämlich neue Fenster eingebaut, der Auftrag wird zwar von einer Schweizer Firma ausgeführt, die Fenster werden jedoch in Tschechien gefertigt. «Gewerbler und Gewerkschafter sind empört!», meldete der «Blick» und diagnostizierte einen klaren Fall von «Ostware». Ob die 33 Dieseltreibwagen, die Stadler Rail vor einiger Zeit an die Tschechischen Staatsbahnen lieferte, dort als «Westware» klassiert werden, war dem Bericht nicht zu entnehmen. Jedenfalls unterschrieb fast ein Fünftel der Nationalräte aller grossen Parteien die Motion der Aargauer SVP-Nationalrätin Sylvia Flückiger mit dem einer Volksinitiative würdigen Titel «Schweizer Kulturgut in Schweizer Hände». Die Motion beauftragt den Bundesrat, die Bestimmungen «im öffentlichen Beschaffungswesen dahingehend anzupassen, dass Aufträge bei ... kulturell und politisch besonders sensiblen Bauten ... von den allgemeinen Bestimmungen ausgenommen sind und ... an inländische Unternehmen vergeben werden können». Sprich: Die WTO-Regeln sollen einseitig geändert und der Wettbewerb eingeschränkt werden.

Nun wurde und wird das Bundeshaus ja ständig umgebaut, und ob jeder innenarchitektonische Eingriff das Kulturgutkriterium erfüllt, darf füglich bezweifelt werden. Problematischer sind an der schönen Formel ohnehin eher die Schweizer Hände. Zum einen kann man mit ihnen auch auf dem Bau und im Handwerk nicht mehr so viel anfangen: Koordination, Planung, Design und Marketing machen weit mehr als die Hälfte der Wertschöpfung eines Gebäudes aus. Zum anderen sind eben auch Fenster (oder fast jedes andere Ding auf dem Bau) Hightech-Produkte mit höchsten Anforderungen an Isolation, Sicherheit, Gestaltung etc., und ihre Herstellung erfordert eine lange, meist Ländergrenzen überschreitende Arbeitskette. Es geht ja nicht einfach darum, ob das Holz der Fenster aus schweizerischen Wäldern stammt – was es auch bei mancher schweizerischen Fensterfabrik nicht tut –, sondern auch um aufwendige Profile und Beschläge, deren Metall und Gummi nicht aus schweizerischen Giessereien oder hiesigen Kautschukfabriken kommt. Ganz abgesehen davon, dass sehr viele Glasspezialitäten gar nicht in der Schweiz produziert werden, aber etwa in Böhmen eine jahrhundertalte Tradition haben. Und schliesslich:

Was ist ein inländisches Unternehmen? Müssen die Besitzer den roten Pass haben oder eine Mehrheit der Geschäftsleitung oder derjenige, der den Ausführungsplan zeichnet (sicher nicht auf einem schweizerischen PC und mit schweizerischer Software)? Oder geht es um die Monteure auf der Baustelle?

Auf der Website der skandalisierten Firma, eines auf historische Fenster spezialisierten Generalunternehmens, präsentiert sich ein gut schweizerisches KMU mit einem Netzwerk von Handwerkern und Spezialisten aus Erlenbach, Niederurnen, Aadorf, Wallisellen, Rüti und Samstagern. Die Zusammenarbeit mit dem Lieferanten in Tschechien ist ausgewiesen. Die Referenzprojekte lesen sich wie eine Liste von denkmalgeschützten Kulturgütern: Stadtvillen in Zürich und Basel, ein Flarzhäuser und ein Pfarrhaus im Zürcher Oberland, die Villa Corti in Winterthur.

Der Fall der Fenster im Bundeshaus Ost widerspiegelt das bisweilen absurde Ringen um die Definition der Swissness im Parlament. Der nun getroffene Entscheid resultiert aus der Ermattung der Räte und der Beharrlichkeit der Bauernlobby: Für verarbeitete Lebensmittel müssen 80 Prozent des Rohstoffgewichts (!) aus der Schweiz stammen – die Rezepte, das Know-how, die Qualität der Verarbeitung, kurz die Leistungen der international erfolgreichen Lebensmittelindustrie scheinen nebensächlich. Weil schweizerische Leuchtmarmen dann nicht mehr hier hergestellt werden können – für Toblerone fehlte zum Beispiel schlicht der Honig –, gibt es zahlreiche Ausnahmen, die an den Selbstversorgungsgrad gekoppelt werden. Die Agrarbürokratie darf rechnen!

Ironischerweise führt die protektionistische Logik zur schweizerischen Selbstzerfleischung: die Bauern gegen die Lebensmittelindustrie, die Uhrenindustrie gegen economiesuisse, der neue Ordnungshüter Thomas Minder gegen die Markenmanager von Emmi, die sogar im Dairyland USA die Milch helvetisieren.

Die Schweizer Wirtschaft ist viel zu globalisiert, zu differenziert und zu raffiniert, als dass man die Swissness anhand von Gewichtsregeln und bürokratischer Erbsenzählerei festmachen könnte.

Thomas Held ist Soziologe und führt in Zürich ein Beratungs- und Managementbüro.



Als John Constable 1822 sein Bild «Study of Cirrus Clouds» malte, ahnte er nichts von der digitalen Zukunft und den «Lords of the Clouds».

HANS ULRICH OBRIST DIE DIGITALE ARISTOKRATIE

Ich habe an dieser Stelle in den letzten Monaten recht oft über Entwicklungen in der digitalen Welt gesprochen, über das Bildportal Instagram zum Beispiel oder die Videoplattform Vimeo. Bei aller Euphorie über diese neuen Formen der Kommunikation ist es aber auch nötig, darüber nachzudenken, wohin die Entwicklungen des Internets uns führen könnten – und bereits geführt haben. Jemand, der darüber kompetent Auskunft geben kann wie kein Zweiter, ist der amerikanische Informatiker, Komponist und Autor Jaron Lanier. Ich habe ihn vor einigen Jahren kennengelernt, als wir gemeinsam eine Ausstellung Philippe Parrenos vorbereiteten. Lanier war massgeblich an der Entwicklung der virtuellen Realität beteiligt, arbeitete für Atari, Microsoft und Second Life. Man kann ihm nicht vorwerfen, ein Internethasser zu sein. Umso ernster sollte man seine Kritik nehmen.

In seinem neuen Buch «Who Owns the Future?» beschreibt er die Welt als geteilt in Datenkonsumenten und Datenanbieter. Konsumenten, also Internetuser, sind wir alle, Anbieter aber nur die allerwenigsten. Daten, so Lanier, seien mittlerweile zum

wertvollsten und am höchsten gehandelten Gut in der Weltwirtschaft geworden – Personendaten für die Werbung, Wetterdaten für Versicherungen und Handels- oder Wirtschaftsdaten, von deren Besitz oder Nichtbesitz gigantische Börsengewinne wie Verluste abhängen. Wer die Daten besitzt, schreibt Lanier, der besitzt die Macht, aber auch das Geld. Je grösser der Computer, desto grösser die wirtschaftliche Potenz. «Lords of the Clouds» nennt er diese Datenfürsten, die in einer neuen digitalen Aristokratie unermesslichen Reichtum auftürmen. Um dies zu vermeiden, schlägt Lanier, nein, keine Revolution, sondern ein Modell vor, bei dem wir, die diese Daten als Konsumenten, Kreative, Wirtschaftsbürger letztlich liefern, an deren Verbreitung beteiligt werden. Sieht man, mit welcher Wucht sich ein Internetriesen dagegen wehrt, Zeitungsverlage, die ihre Inhalte kostenlos zur Verfügung stellen, an seinem Gewinn zu beteiligen, müssen wir uns, fürchtet Lanier, auf einen langen Kampf einstellen.

Jaron Lanier, Who Owns The Future?, Allen Lane, 2013

Hans Ulrich Obrist ist Kurator und Co-Direktor an der Serpentine Gallery in London.

«Das Magazin» ist die wöchentliche Beilage des «Tages-Anzeigers», der «Basler Zeitung», der «Berner Zeitung» und von «Der Bund»

Adresse der Redaktion: Tamedia AG, Das Magazin, Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 248 45 01 / Fax 044 248 44 87 www.dasmagazin.ch / redaktion@dasmagazin.ch E-Mail-Adressen: vorname.name@dasmagazin.ch

Herausgeberin: Tamedia AG
Verleger: Pietro Supino
Redaktionsleitung:
Finn Canonica (Chefredaktor),
Sacha Batthyany, Birgit Schmid
Redaktion: Martin Beglinger,
Daniel Binswanger, Mathias Ninck,
Anuschka Roshani, Michèle Roten
Produzent: Rico Czerwinski
Gestaltungskonzept: Annina Mettler /
Jonas Voegeli
Artredaktion: Michael Bader
Gestaltung: Laura Vuille
Bildredaktion: Mel Sinha,
Frauke Schnoor/Studio Andreas Wellnitz
Berater: Andreas Wellnitz (Bild)
Abschlussredaktion: Isolde Durchholz
Redaktionelle Mitarbeit:
Sven Behrisch, Rico Czerwinski,
Miklós Gimes, Peter Haffner,
Thomas Held, Max Küng,
Trudy Müller-Bosshard, Mathias Plüss,
Daniel Ryser, Christian Seiler,
Thomas Zaugg
Honorar: Claire Wolfert
Verlag: Tamedia AG, Werdstrasse 21,
Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 248 41 11
Verlagsleitung: Thomas Estermann
Gebietsverkaufsleitung:
Michel Mariani
Verkaufsförderung: Anja Bühlmann
Werbemarkt: Selina Iten (Reservationen),
Tel. 044 248 41 31, selina.iten@tamedia.ch
Annonces Suisse Romande:
Katia Toletti

Tamedia SA, Avenue de la Gare 33, CP 1245,
1001 Lausanne, Tel. 021 349 42 62
Abonnementpreise Samstagsabgaben-
Jahresabonnement bzw. -Halbjahres-
abonnement (inkl. MwSt.):
«Tages-Anzeiger» Fr. 139.60 / Fr. 90.45,
«Basler Zeitung» Fr. 135.- / Fr. 80.-,
«Berner Zeitung» Fr. 147.80.- / Fr. 80.55
und «Der Bund» Fr. 164.90 / Fr. 89.30
Abonnentenservice: «Tages-Anzeiger»,
Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich,
Tel. 044 404 64 64, Fax 044 248 69 04;
«Berner Zeitung», Tel. 0844 844 4666,
abo@bernerzeitung.ch; «Basler Zeitung»,
Tel. 061 639 13 13, abo@baz.ch; «Der Bund»,
Tel. 0844 385 144, abo@derbund.ch
Nachbestellung: redaktion@dasmagazin.ch
Gesamtherstellung: Tamedia AG,
Production Services, Werdstrasse 21,
8021 Zürich
Ombudsmann: Tamedia AG, Ignaz
Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1

Bekanntgabe von namhaften
Beteiligungen (i. S. v. ART. 322 STGB):
20 Minuten AG, 20 minuti Ticino SA,
Berner Oberland Medien AG BOM,
Büchler Grafino AG, car4you Schweiz AG,
CIE centre d'impression SA, Comfriends
SA, Doodle AG, DZO Druck Oerwil a.S.
AG, Edita S.A., Editions Le Régional SA,
ER Publishing SA, Espace Media AG,
FashionFriends AG, FMA Fachmedien
Agrar AG, Glattaler AG, homegate AG,
Jobsuchmaschine AG, Jobup AG,
LC Lausanne-cités S.A., Le Temps SA,
Neues Bülacher Tagblatt AG, Payot Naville
Distribution SA, Presse publications SR
SA, Romandie Online SA en liquidation,
SA de la Tribune de Genève, Schaer Thun
AG, scoup AG, search.ch AG, Société
de Publications Nouvelles SPN SA,
Tagblatt der Stadt Zürich AG, Tamedia
Publications romandes SA, Verlag Finanz
und Wirtschaft AG, Verlags-AG
«Schweizer Bauer», ZO Wochenzeitungen
AG, Zürcher Oberland Medien AG,
Zürcher Regionalzeitungen AG