

**CO**

**—DES**

**CREATING  
SMALL  
WORLDS**

**ISSUE FOUR: ANDERS DENKEN**

© 2014





# CO — CAKE

gebackene Kulturreflexion  
2. – 4. und 21. – 25. Mai 2012

CO-DES – creating small worlds | issue four: anders denken | Konzeptions- und Backworkshop zum Thema schweizer Kultur und Werte | Konzeption und Workshopleitung: Wencke Schmid, Fabian Zaehner | Fotografie: Mannik Keng, Brigitte Fässler, Yuyu Chen, Melanie Blaser | filmische Dokumentation: Jonas Grieder, Georg Egli, Mannik Keng | special guest: Katja Jug | [www.co-des.ch](http://www.co-des.ch) | [hello@codes.ch](mailto:hello@codes.ch)

**VORSPEISEN**

- 10 Upstream
- 11 Upstream Atelier
- 12 Wencke Schmid
- 14 Co-Cake – gebackene Kulturreflexion
- 16 Co-Cake Part I: Analyse und Konzept
- 18 Atmosphäre
- 20 Essen wann, wie und wo?
- 22 offene Fragen
- 24 Essen und Erinnerung
- 26 Werte
- 28 Recherche
- 30 Aussage
- 32 Co-Cake Part II: Umsetzung

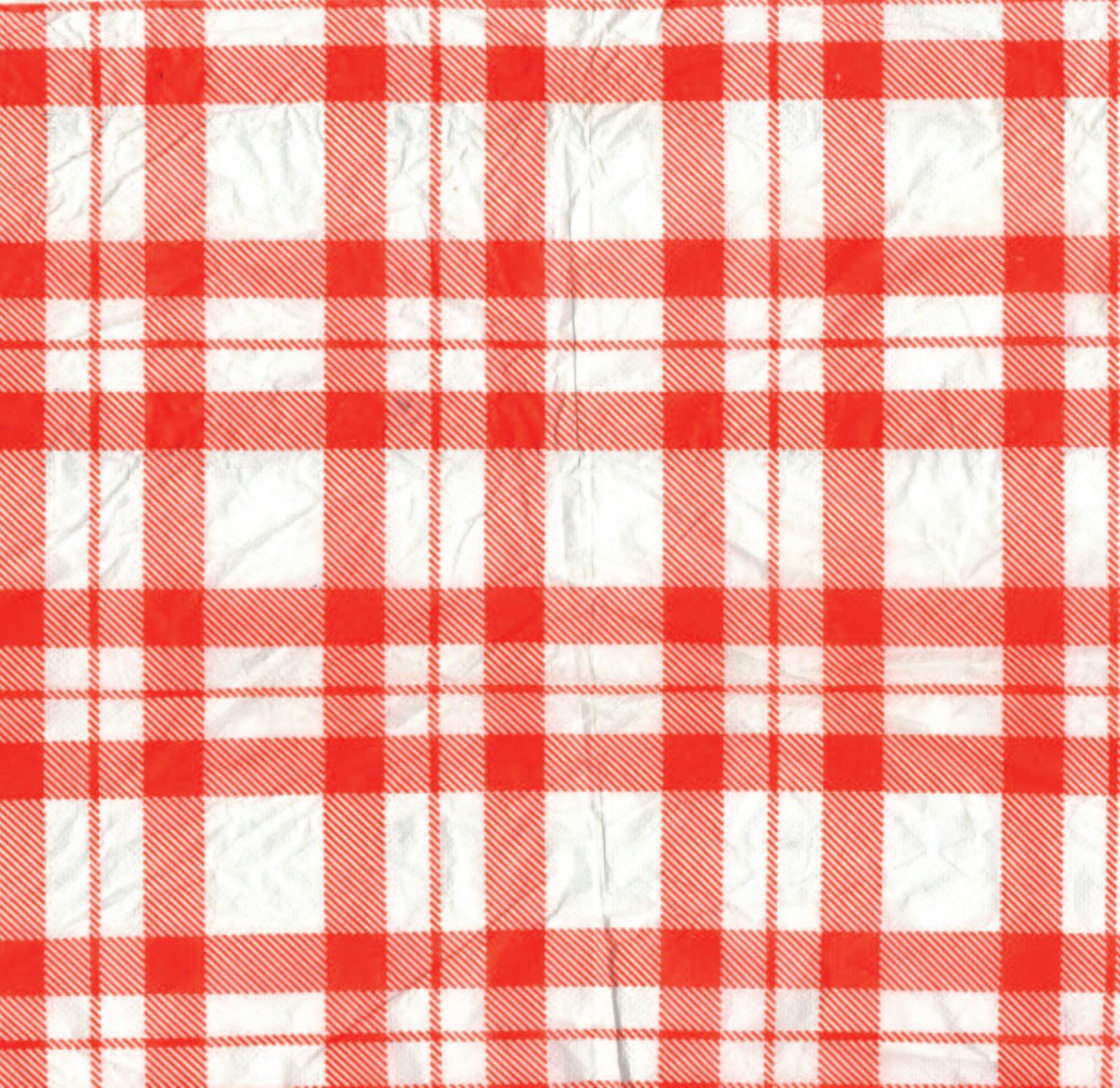
**HAUPTGERICHTE**

- 36 Rezepte
- 39 Ich & mein Gärtli
- 43 Essen als Reichtum
- 47 Teilen & nicht mitteilen
- 51 Tradition und Anpassungsfähigkeit
- 54 Impressionen

**NACHTISCHCE**

- 58 Anders denken
- 60 Auslandsaufenthalte
- 62 Unser Stolz
- 64 Klischees & Stereotypen
- 66 Herr und Frau Schweizer
- 68 Ich als Schweizer
- 70 Nebenprodukte rund ums Essen
- 72 Feedback
- 74 Dank & Credits
- 75 Literatur





# VOR SPEISEN



## UPSTREAM. PROSPECTS THROUGH DESIGN

*Upstream ist das Jahresthema des Jahrgangs UNDICI des Institutes HyperWerk und beschäftigt sich mit Fremdbheitserfahrungen, Interkulturalität und dem Potential darin für die Designausbildung.*

Upstream. Prospects Through Design ist der Titel des Jahresthemas 2011/2012 am Institut HyperWerk. Für die Studierenden stehen dabei Fragen zu neuen Wegen und Zielen von Gestaltung im Zeitalter der Globalisierung im Vordergrund und damit zum veränderten Selbstverständnis der Vertreter westlicher Gestaltungsstrategien. Dabei geht es um sehr viel mehr als nur um die Ausbildung nützlicher organisatorischer Fertigkeiten, durch die ein internationales Projekt realisiert werden kann. Wir wollen vor allem Kriterien für eine gestalterische Praxis entwickeln, die der Förderung kultureller Vielfalt dient, nicht der doctrine d'unité eines Global Design.

Mit Upstream. Prospects Through Design stellt sich für uns die Frage, welchem kulturellen Horizont unser eigenes Verständnis von Gestaltung entspringt und ob dieses Verständnis in Zeiten der Globalisierung überhaupt noch tragfähig sein kann. Schliesslich geht Gestaltung nicht überall aus denselben Beweggründen hervor, steht nicht überall im selben kulturellen Kontext und folgt ebenso wenig überall denselben Erfordernissen in Anwendung und Gebrauch.

Wir richten den Blick auf das Besondere, auf das Abweichende, auf die Differenzen zum eingeübten gestalterischen Kanon und auf die komplexen Interaktionen vor Ort. Uns interessieren die Entwicklungen von Design im globalen Massstab, und dort die Auswirkungen, die der globale Wettbewerb auf die jeweils besonderen Designkulturen hat. Wir fragen nach den Verlusten, der Verdrängung, der Einebnung kultureller Differenz. Dabei werden wir den Arbeitserfahrungen von Studierenden in neuen, auch fremden Lebenswelten einen Stellenwert einräumen, der über die nur autobiografische Besonderheit eines Auslandssemesters hinausreicht. Ihre Erfahrungen sollen im Blick auf neue Inhalte in der Designausbildung dokumentiert, evaluiert, analysiert werden und den Gestaltungshochschulen zur weiterführenden Diskussion zur Verfügung stehen.



## UPSTREAM. ATELIER

*Ich bekam die Möglichkeit, bezüglich des Upstream-Ateliers einen Workshop durchzuführen.*

Das Fremde Erzählen – Telling the Foreign/The Foreign Telling heisst das Leitmotiv unseres Ateliers, das wir vom 21. – 25. Mai 2012 mit internationalen Gästen am HyperWerk und im Museum der Kulturen durchführen.

Dozierende aus Indien, Malaysia, Neuseeland, Deutschland und der Schweiz werden sich in ihren Workshops und auf gestalterische, theoretische wie praktische Weise mit der Erfahrung des Fremden und seiner Erzählung durch verschiedene gestalterische Strategien und Medien auseinandersetzen: Wie gehen wir als GestalterInnen und DesignerInnen um mit Fremdbheitserfahrungen? Wie können sie in unsere Arbeit und damit in eine gestalterische Praxis einfließen, die kulturelle Vielfalt würdigt und fördert?



## WENCKE SCHMID

*Wencke Schmidt und ich übernahmen bei diesem Workshop die Leitung.*

Wencke Schmid, die Inhaberin von Wenckeschmid, ist in Berlin geboren. Zur Konditorin liess sie sich auf der Insel Langeoog ausbilden. Wieder zurück auf dem Festland besuchte sie Kurse in Aktzeichnen und schloss im Ruhrgebiet eine Ausbildung als Grafikerin ab. In Basel lernte sie in der Bäckerei Schmutz kosher backen. Und sie bildete sich weiter in Zuckermodellieren bei Maushagen in Düsseldorf und bei Ewald Notter in Zürich und Köln. Wencke Schmid verbindet Backkunst mit ihren gestalterischen Fähigkeiten. Nicht selten werden ihre Kreationen als kleine Kunstwerke bezeichnet, die nicht nur schön aussehen, sondern auch gut schmecken.



## CO-CAKE: GEBACKENE KULTURREFLEXION

*Wencke und ich schrieben, deshalb im Spannungsfeld von «Backen als Medium», «Kultur», «Partizipation aufgrund von Wertebaltungen» und dem Slogan «creating small worlds» schrieben wir einen zweiteiligen Workshop aus.*

*„... es gab Käse, Aufschnitt und Brot zum Abendessen. Meine Kollegen assen extra wenig, da sie auf das warme Gericht warteten, doch das gab es gar nicht. Die Schweizer assen nur das zum Abendessen...“ M. Tatsumi, gebürtige Japanerin, die teils in Neuseeland, teils in der Schweiz lebt.*

Essen ist ein Aspekt, der Kulturen voneinander unterscheidet. Als Einstieg möchten wir in diesem Workshop darüber nachdenken, was unsere Kultur unter diesem Aspekt ausmacht und was uns persönlich daran wichtig ist. Stehen Dinge wie Raclette, Schokolade und dunkles Brot kulinarisch wirklich Vordergrund oder wird damit mehr ein Klischee bedient, das uns mit der Heimat zu verbunden soll? Geht es um den Akt des Essens selbst oder eher um gemeinschaftsstiftende Rituale?

Ausgehend von dieser Reflexion versuchen wir in einem zweiten Schritt zu verstehen, welche Werte wir als zentrale Werte unserer Kultur betrachten, welche wir in unserer Gesellschaft hochhalten, welche wir sogar vermissen: Sind wir und unsere Lebenswelt wirklich kleinkariert, pünktlich, penibel? Wie verstehen wir unsere eigene Kultur? Können wir uns mit dem Begriff „swissness“ identifizieren? Dies sind vor allem Fragen an SchweizerInnen – herzlich willkommen, sogar erwünscht, sind natürlich auch Inputs von Nicht-Schweizern!

### Das Konzept wird zum Rezept

Die Zutaten sind die erarbeiteten Werte unseres Kulturverständnisses. Daraus schaffen wir eine kleine, gebackene Welt, die unserem Verständnis ein Gesicht gibt. Denn wir sind nicht nur Teil der Kultur, wir gestalten sie auch. Unsere süßen Gebilde werden am letzten upstream Atelier-Tag im Museum der Kulturen ausgestellt und können gegessen werden. Dazu wird aus dem Arbeitsprozess und den Produkten ein kleines Backbuch gestaltet, das diese „Rezepte“ und die Produkte beinhaltet.



## CO-CAKE PART I: ANALYSE UND KONZEPT

*Part I diente der Ermittlung der Perspektiven und dahinter liegenden Wertvorstellungen der Workshopteilnehmer bezüglich des Begriffes schweizer Kultur.*

Im ersten Teil wurde unter dem Begriff «Essen» versucht, die eigene Kultur zu definieren. Wo und wann wir essen und wie wichtig uns es in dieser Situation ist, setzten den Anfang in einem dafür inszenierten Raum. Offene Fragen bildeten den Rahmen für diesen Einstieg. Darauf aufbauend, versuchten die Workshopteilnehmer «Herr und Frau Schweizer» mit all Ihren Objekten, Attributen, Einstellungen und Klischees zu skizzieren. Eigene Erfahrungen mit Schweizern und Ausländern fanden hier Platz. Anschliessend standen eigene Wertvorstellungen der Schweizer Kultur zur Debatte: Welche Werte vermissen wir? Welche sind nicht in den Klischees zu finden? Mit welchen identifizieren wir uns? Ist, abgesehen von den Klischees und dem Begriff Swissness, in einer globalisierten Welt der Schweizer und die Schweizerin überhaupt noch klar definierbar? Wie stark fühlen wir uns als Schweizer, im eigenen Land oder im Ausland. Was sind für uns persönliche Dinge und Werte, die wir als typisch ansehen.

Wichtig war es bei diesem Definitionsprozess, das Fremdbild und das Selbstbild der Teilnehmer über die Schweiz zu eruieren und daraus eine eigene Definition der Schweiz zu gestalten. Auf den gefundenen Werten aufbauend, wurden Statements verfasst, die in Gestaltungskonzepte mündeten.



## ATMOSPHERE

*Mir war es wichtig, beim ersten Workshop, dass die Teilnehmer auch in die Welt des Essens eintauchen können, weshalb ich mich schon im Vorhinein einer passenden Atmosphäre – geschaffen mit einfachsten Mitteln – widmete.*

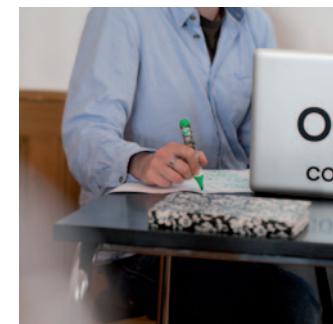
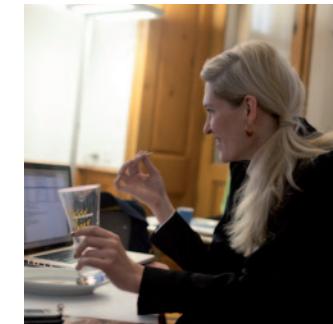
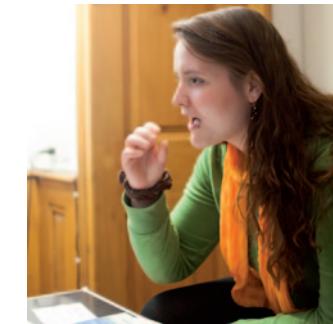
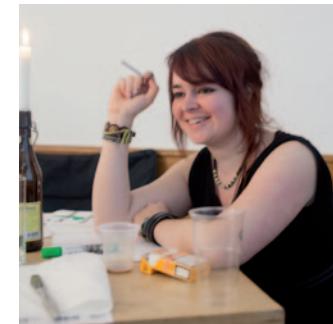
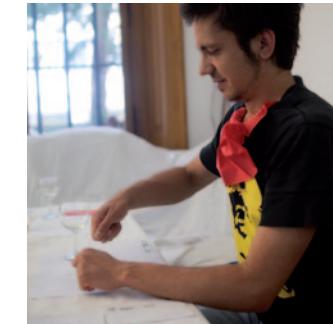
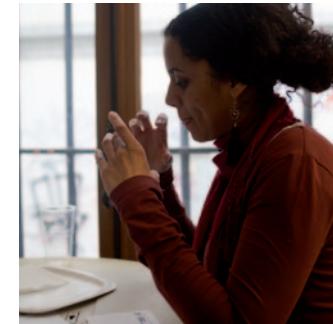
Der Raum wurde so gestaltet, dass die Teilnehmer sich in verschiedenen Essenssituationen wiederfanden. Anhand von typischen Dingen, die für die jeweilige Situation bekannt sind, versuchte ich das Essen in der WG, im Restaurant, alleine auf dem Sofa vor dem TV, in einer Bar, an einem Imbissstresen, auf einer Pic Nic-Decke und am Arbeitsplatz darzustellen. Dazu gab es eine improvisierte Küche, in der man Kaffee, Tee und einfache Snacks zubereiten konnte. Da sich der Workshop ums Essen drehte, durfte auch das nicht fehlen. Jeder Workshoptag begann mit einem gemeinsamen Frühstück. Snacks lagen während der Diskussionsrunde bereit. Zu Beginn wurde jeder Workshopteilnehmer aufgefordert, die einzelnen Situationen zu definieren. Dies führte einerseits zu mehreren Interpretationen, was sehr spannend war, andererseits löste dies die Diskussion aus, welche weiteren Situationen es gibt. Die Liste wurde erweitert.



## ESSEN WANN, WIE UND WO?

*Wie, wann und wo wir essen stellte einen guten Einstieg zur Reflexion der eigenen Werthaltung bezüglich des Essens dar.*

Wir untersuchten die einzelnen Situationen auf den Wert des Essens dabei. Wir fragten uns, wie und wann wir in solche Situationen kommen und was für Gerichte dort gegessen werden. Wir stellten die Gestik bei (v.l.n.r) Essen in der Imbissbude, im Restaurant, auf der Pic Nic-Decke, zu Hause, alleine vor dem TV, in einer Bar und am Arbeitsplatz nach und fotografierten diese. Dabei erkannten wir, dass die Gestik ganz unterschiedlich ist, aber auch ohne Attribute, wie Essen, Gabel oder Messer sofort erkennbar ist.



## OFFENE FRAGEN

*Während dem Anfang begleiteten uns die folgenden Fragen durch den Aspekt des Essens:*

### **Essen muss jeder!**

Doch was?

Welche Nahrungsmittel nehmen wir wie wahr in unserer Lebenswelt?

Auf was legen wir Wert?

Wie isst man?

Wann isst man?

---

### **Essen tut jeder!**

Was ist uns am Essen wichtig?

Was sind Rituale?

Was sind Produkte?

Welche anderen gibt es?

Wie sieht es mit Klischees aus?

---

### **Essen kann jeder!**

Was kann essen alles?

Mit was verbinden wir das?

Was könnte es in unserer Gesellschaft alles erreichen?

---




---



## ESSEN UND ERIINNERUNG

*Katja Jug gab den Workshopteilnehmern und weiteren Interessierten Einblick, inwiefern Essen auch mit Erinnerung zu tun hat und eröffnete uns somit auch eine weitere Ebene, um über Essen und Kultur zu reflektieren.*

„Katja Jug is a Swiss artist. She holds a BA in The Theory of Art and Design from Zurich University of the Arts (ZHdK) and an MA in Contemporary Arts Practice from Bern University of the Arts (HKB). Inspired by her Croatian background, her work explores different social and cultural spheres. It also reflects her engagement with her immediate surroundings by way documentation, self-staging, and interaction. Involving photographic and linguistic research, her work has three principal themes: identity, a sense of belonging and the connection between memory and the present. She assembles the collected and invented narratives to create staged photographs in self-made artist's book.“

Durch ihren Vortrag über das Buchprojekt „I'll be my own Hermes“ zeigte sie dem Publikum auf, wie fest Erinnerungen an Geschmäcke und Gerüchen geknüpft sind. Bei solchen Erinnerungen spielt oft das Kochen und Essen eine Rolle. Sie machte sich in ihre Heimat Kroatien auf, um diesen auf den Grund zu gehen. Gewisse davon, wie beispielsweise das Essen einer saftigen Wassermelone auf einem Baum nahe des Strandes inszenierte sie neu. Andere Erinnerungen, wie die Schlachtung einer Ziege dokumentierte sie. Bräuche, wie die Herstellung von Aywar, was sie mit ihrer Grossmutter zu produzieren pflegte, nahm sie wieder auf und setzte sie in der Schweiz mit Freunden um. Entstanden ist ein künstlerisches Kochbuch mit traditionellen Rezepten in deutsch und kroatisch, gespickt mit Gedanken und Fotografien ihrer Kindheitserinnerungen. Dieses Buch macht eindrücklich darauf aufmerksam, wie fest Erinnerungen an Essen und die Herstellung dessen mit der eigenen Kultur verbunden sind.



## WERTE

*Wir versuchten, die erarbeiteten Wertehaltungen und Attribute, die in weiteren Diskussionsrunden entstanden sind, Überthemen zuzuordnen:*

### Ethik

(Anti-)Wegwerf Kultur  
Bio-Bewusstsein

### Sauberkeit und Hygiene

Verfallsdatum  
„aus dem selben Glas trinken“  
Sauberkeitsanspruch Küche

### Gesellschaft

religiöse Aspekte  
Tabus  
Rituale  
Ekel

### Gemeinschaft

zusammen kochen  
für jemanden kochen  
gemeinsames Essen

### Zeit & Raum

**schnell und nebensächlich:**  
Essen im Bett, alleine vor dem TV, Imbissbude, in einer Beiz, im Büro, in der Mensa, unterwegs, mit Kindern.

### lange und genussvoll:

im Restaurant, zu Hause mit Freunden,  
Pic - Nic, Apéro, nach dem Ausgang.

### Zutaten & Gerichte

Käse, Müesli, Schoggi, Brot, Aromat,  
„Züpfle“, Apfel und Birnen, Kartoffeln.  
Polenta, Cholera, „Zürigschnätzlets“,  
Zuger Kirschtorte, „Stockli“, Raclette,  
Fondue, Omelette, „Gschwelli“, Rösti,  
„kaltes Znacht“, Fotzelschnitten.

### Klischees & Stereotypen

#### typische Objekte:

Berge, Zug, Uhr, Schnee, Banken,  
Bauern, Sackmesser, Heidi, Globi, Wilhelm  
Tell, Helvetia, etc.

#### Verhalten:

ländlich, fremdenfeindlich, „neutral“,  
geizig, sparsam, selbstkritisch, pünktlich,  
rational / bedacht, sauber und gepflegt,  
funktionierend, Entschuldigungs-Tick,  
arbeitsbewusst, strukturiert, selbstkritisch,  
Ich-bezogen, solidarisch, fremdenfeindlich,  
unflexibel, kompliziert, pragmatisch,  
verhalten, etc.

#### Attribute und Dinge:

„Bünzli“, teuer, Tourismus, Grafik, Konservendose, „Chuchichäschtl“, Wiederverwertung / Recycling, solide, hohe Qualität, bündig, direkte Demokratie, ETH, Grafik, Schlichtheit, etc.



## RECHERCHE

*Um Umsetzungsvorschläge zu generieren, machten wir uns auf in nahegelegene Konditoreien und Bäckereien, um uns inspirieren zu lassen. Gestaltungsbücher lieferten uns Inputs über neue Herangehensweisen. Wencke machte eine Materialliste, um Möglichkeiten anzudeuten:*

### **Materialliste:**

#### **Zucker** (im weitesten Sinn)

Als Massa Ticino: Marzipan ähnlich, aber weiss. Man kann es dünner ausrollen und es wird sehr hart wenn es trocken ist. Sie ist modellierbar und auch für Tiefzieh-Formen geeignet

Als Isomalt: Zucker-Ersatzstoff mit dem Zuckerspinnen möglich ist. Auch möglich: Zucker giessen, als Platten verarbeiten oder aus Zuckersteinen Material abtragen .

#### **Marzipan:**

Ausrollbar, modellierbar und auch für Tiefzieh-Formen geeignet...

#### **Schokolade:**

Schokoladen Guss ist eher schwierig, wegen der Witterung, aber möglich.

Ansonsten kann auch auf „Halbfabrikate“ zurückgegriffen werden( wie beispielsweise Hohlkugeln aus Krokant oder Schokolade, etc.)

Schokolade als Block zu bearbeiten, substraktiv wie ein Bildhauer, ist auch möglich.

Additiv wie Ton ist eher schwierig. Marzipan wäre geeigneter.

#### **Ansonsten:**

brauchbare Rezepte aller Art und alle Grundzutaten wie Mehl, Zucker, Eier, Nüsse, Rosinen, etc.



## AUSSAGE

*Unter Berücksichtigung der Recherche zur Umsetzung, versuchten die Teilnehmer aus mehreren erarbeiteten Werten und Objekten ein Statement zu entwickeln und ein offenes Gestaltungskonzept dazu zu skizzieren.*

*Sie entwickelten folgende Statements, welche erstaunlich selbstkritisch aber auch selbstironisch daherkommen:*

### „Ich und mein Gärtli“

Ordentlichkeit, alles hat seinen Platz, Mauern, Schrebergartenkultur, Sauberkeit, Mauern, aufräumen, Abgeschlossenheit, „Was denkt wohl mein Nachbar?“, sozialer Druck, „li Kultur“, alles aufgeräumt und ordentlich und klein (auch die Schönheit davon).

### „Teilen und nicht mitteilen“

Gastfreundschaft und Freude am etwas mit jemanden teilen, Unfähigkeit mitzuteilen, dass man für ein solches Mal auch Hilfe braucht, sonst hat man ja keine Zeit für die Gäste, Sinn für Gerechtigkeit im eigenen Rahmen (Soviel nehmen, wie man will, aber dann doch nicht zu viel), Überhöflichkeit und Indirektheit.

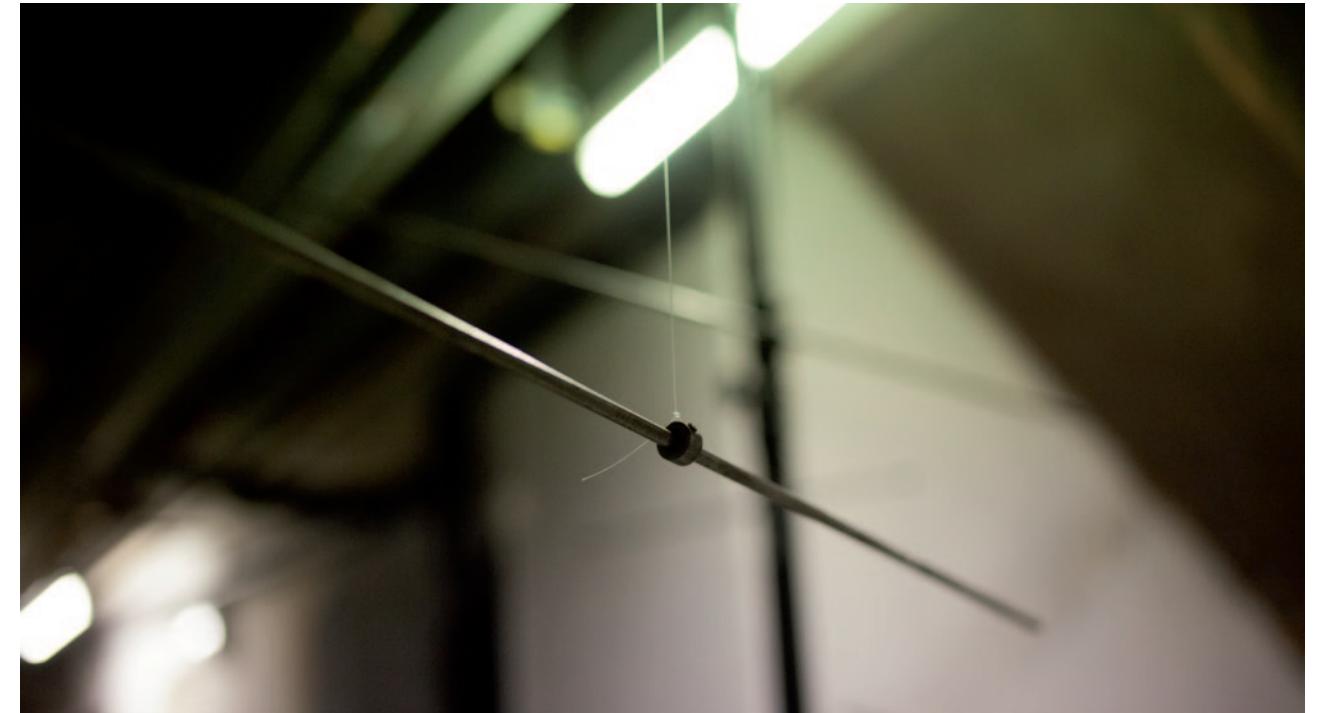
### „Essen als Reichtum“

Essen als Lebenserhalt oder der Luxus der Auswahlmöglichkeit? Das bewusste Essen, die Bedeutung von Essen in Frage stellen.

### „Tradition und Anpassungsfähigkeit“

Unsere Nahrungsmittel, auf die wir stolz sind: Brot, Käse, Schoggi, der „Zmorge“, „kaltes Znacht“, Offenheit und Tabus.

Die Haupteckpunkte fanden, die alle Statements zusammen hält fanden wir im Slogan: **Schweiz – ein Land der Paradoxien.**



## CO-CAKE PART II: UMSETZUNG

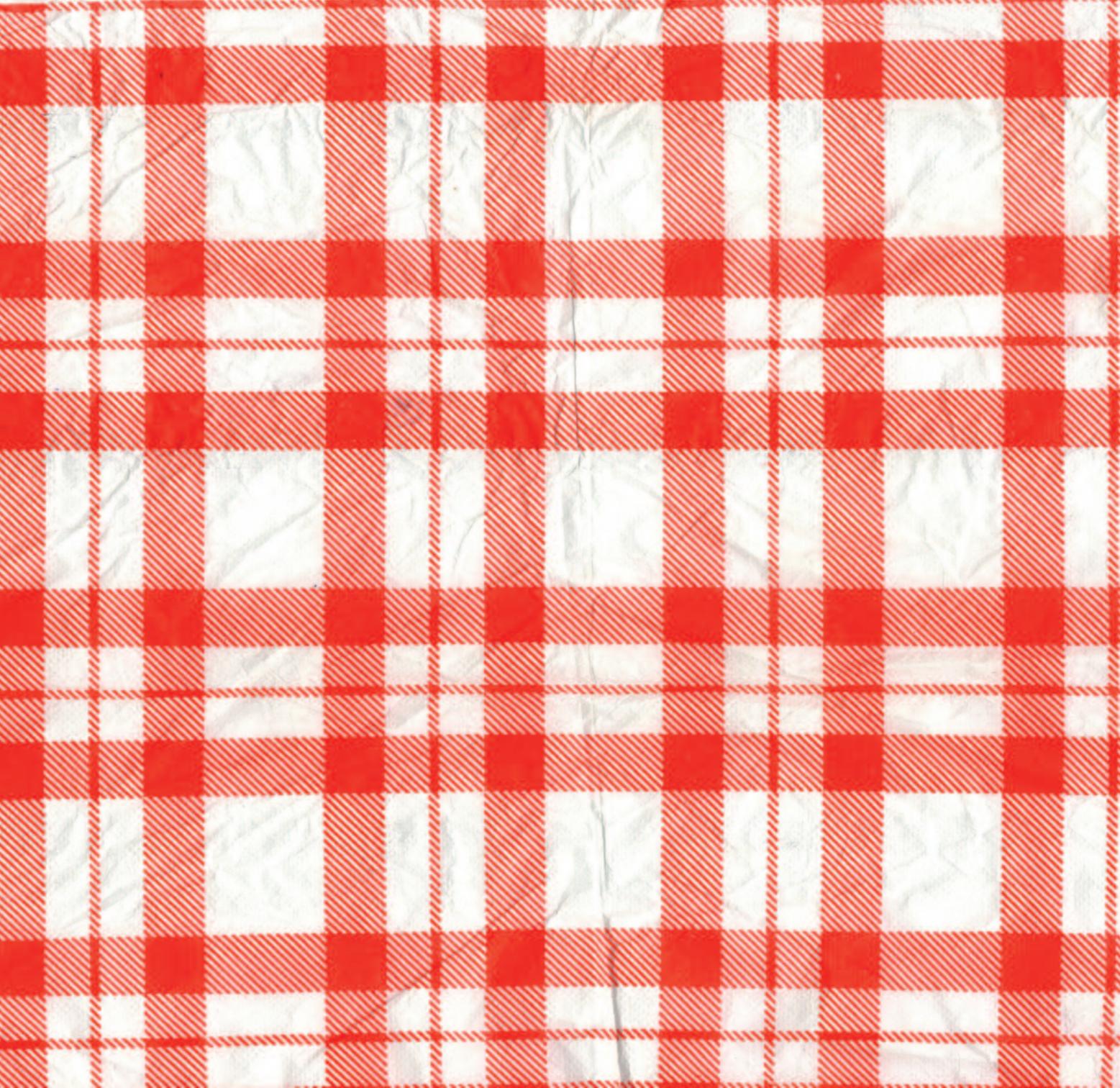
*Der zweite Workshop strebte die Umsetzung auf konditorischer Ebene an. Frei nach dem Motto: Wir sind nicht nur Teil einer Kultur sondern wir gestalten sie auch!*

Die neuen Workshopteilnehmer nahmen sich der Aufgabe an, die Konzepte «Ich und mein Gärtli», «Tradition und Anpassungsfähigkeit», «Essen als Reichtum» und «Teilen und nicht mitteilen» in ein aussagekräftiges und essbares Produkt, in kleine Welten zu verwandeln.

Dabei wurden Teams gebildet, die sich mit dem jeweiligen Statementss auseinandersetzten. Die zugrunde liegenden, offenen Gestaltungskonzepte der Vorgruppe konnten übernommen und verfeinert oder das Statement neu interpretiert werden.

Dabei mussten sie sich nicht nur mit der Gestaltung eines passenden dreidimensionalen Objektes auseinandersetzen, sondern sich auch über geschmackliche Kompositionen bewusst werden und definieren, was vom Exponat alles gegessen werden kann. Darüber hinaus mussten sie sich auch Gedanken zur Interaktion des Exponates mit dem Publikum machen (beispielsweise wie man isst, ob Werkzeuge dazu nötig sind, ob das Exponat betreut wird, etc.). Auch nicht in Vergessenheit durfte die Szenografie geraten, wie die einzelnen Tische auf denen die Statements zu kleinen Welten verarbeitet wurdendargestellt. Prototypisch tasteten sich die Teilnehmer an diese innert vier Tagen heran.





# HAUPT GERICHTE



## REZEPTE

*An der Plenumsveranstaltung im Museum der Kulturen erklärten die Gruppen anhand eines mit Werten als Zutaten gestatteten Rezeptes ihr Konzept und ihre Gedanken dazu.*

Die Welten wurden auf Tischen in Schweizerkreuz-Formation präsentiert. Entstanden sind kleine Gärten (*Ich und mein Gärtli*) aus Marzipan und Schokolade, ein riesiges Mobilé mit verschiedenen Esswaren, das sehr schnell aus dem Gleichgewicht gebracht werden kann (*Essen als Reichtum*), ein Fondue aus Marzipan und Aprikosengelée mit dazu passendem Zitronenkuchen als „Brot“ (wobei die „Brotstücke“ mit ausgelaserten Zahlen klar einem passendem „Käsestück“ zuzuordnen waren) (*Teilen und nicht mitteilen*) und ein Boulespiel mit Melonenkugeln und Zucker als Sand. Der Gewinner des Spiels durfte das Meerschweinchen aus Marzipan „schlachten“ (*Tradition und Anpassungsfähigkeit*).





CO-CAKE  
gebackene Kulturreflexion

---

## ICH UND MEIN GÄRTLI

alles hat sein Plätzchen  
schön ordentlich  
aufgeräumt  
abgegrenzt

---

Nicht vermengen, einzeln  
konsumieren und süß im  
Abgang.

---







CO-CAKE  
gebackene Kulturreflexion

---

## **ESSEN ALS REICHTUM**

Auswahlmöglichkeit

Luxus des bewussten Essens

Bio-Bewusstsein

Anti-Wegwerf Haltung

Ablaufdatum Paranoia

---

**In grossen Mengen servieren,  
mit Vorsicht zu geniessen.**







CO-CAKE  
gebackene Kulturreflexion

---

## TEILEN UND NICHT MITTEILEN

Offenheit

Gastfreundschaft

Überhöflichkeit

Indirektheit

---

Bitte genau schneiden und  
das letzte Stück stehen lassen.







CO-CAKE  
gebackene Kulturreflexion

---

## TRADITION UND ANPASSUNGS- FÄHIGKEIT

Umdenken

ein Sprung über die Tischma-  
nieren

Essensspiel

Tabus brechen

---

Mit Freude verzehren, was  
man mag.

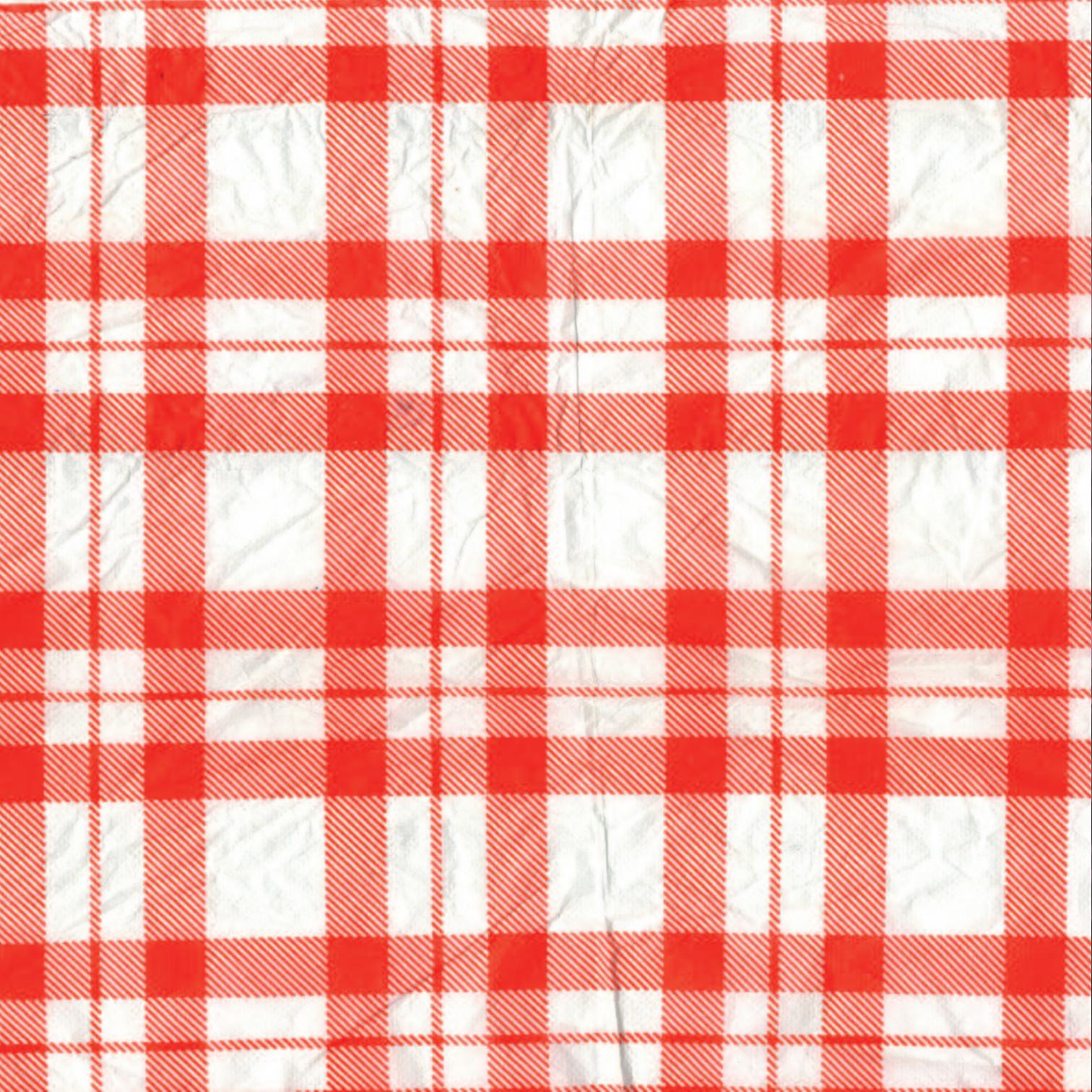
---





## IMPRESSIONEN





# NACH TISCHE



## ANDERS DENKEN

*Dieser Workshop war ein Versuch, über Wertvorstellungen und Gestaltung an ein Thema heranzutreten und es zu untersuchen. Dies forderte die Teilnehmer in einigen Situationen dazu auf, anders zu denken.*

Nicht nur diskutieren, sondern auch produzieren! Neben verschiedenen Inputs und Gesprächen versuchten wir anhand von fremden, allgemein schweizerischen und eigenen Wertvorstellungen ein Bild der Schweiz aufzuzeichnen. Dabei griffen wir auch zu typischen und atypischen Symbolen und Objekten, erzählten den Anderen von eigenen Erfahrungen und versuchten uns in die Situation regelrecht hineinzusetzen, Essen und Bräuche erlebbar zu machen. Neben der auf Werten basierende, eigens erarbeitete Definition der Schweiz mussten die Teilnehmer auch bei der Umsetzung versuchen, anders zu denken: Wie vermittelt man eine Aussage durch ein Produkt? Auf welche Details muss ich achten, auf welche verzichten, damit das Statement überkommt? Wie plakativ gestalte ich? Was ist geht mit dem Material nicht, was für neue Möglichkeiten gibt es hingegen? Wie ist die Interaktion zwischen Besucher und Exponat? Zusätzlich kam bei der Umsetzung auch noch der Aspekt des Essens ins Spiel, was dem Gestalter einen weiteren Ausgangspunkt in der Vermittlung auf geschmacklicher, sowie gemeinschaftlicher Ebene bot. Solche, man könnte sagen Umwege zu gehen, lohnte sich meines Erachtens aber sehr.



## AUSLANDAUFENTHALTE

*Erst durch dem Vergleich des mit uns Fremden, können wir das uns Vertraute überhaupt erkennen.*

In der Diskussionsrunde mit den Teilnehmern der ersten Gruppe fiel auf, dass wir neben den Klischees, nur durch unsere persönlichen Erfahrungen mit dem Ausland in der Lage sind, einen Vergleich herzustellen, und somit die eigene Kultur zu definieren.

Die Paragraphenliebe eines Buschauffeurs würde uns beispielsweise nie auffallen, wenn nicht jemand von den Chauffeuren in Neuseeland erzählt hätte: Diese können durchaus ein Schwätzchen durchs Chauffeur-Fenster halten und dabei die Zeit leicht vergessen, eine junge Touristin dagegen aber nachts ohne zögern und mit der ganzen Fahrgemeinschaft vor die Haustüre der Gastfamilie fahren. Dabei wurden wir aber auch unserer eigenen Wertschätzung für Pünktlichkeit bewusst.

Das Unberechenbare liegt uns Schweizern oft auch nicht: Gekocht wird für diejenigen, mit denen man sich zum Essen verabredet hat. Kommen mehr Leute als erwartet, so ist der Schweizer oft überfordert, anstelle schon vorher mehr zu kochen, wie wir feststellten.

Dies sind nur zwei Beispiele aus der dreitägigen Diskussion, wo wir durch unsere Auslandserfahrungen erst dazu fähig waren, schweizer Eigenheiten zu definieren und uns dabei oft auch selbst erwischten, wie wir diesen entsprachen, auch wenn wir das nicht annahmen.



## UNSER STOLZ

*„Haben die Schweizer überhaupt Stolz?“, war eine Frage, die die Gruppe lange beschäftigte.*

Bei der Erstellung der eher selbstkritischen und selbstironischen Statements fiel uns auf, dass viele Schweizer gar keinen Nationalstolz besitzen. Vergleicht man einen Deutschschweizer mit einem Franzosen (la grande nation), wird einem das erst recht bewusst. Diese Feststellung klammert hierbei die Patrioten aus wobei wir auch bemerkten, dass dieses Phänomen vor allem in Städten vorhanden ist. Auch konnten wir das unter diesen Umständen auch nur für unsere Altersgruppe (anhand des kollektiven Umfeldes) verifizieren. Niemand von uns würde es nur in Erwägung ziehen, mit unserer Flagge auf dem Rucksack durch die Welt zu ziehen, wie es die Kanadier tun, obwohl wir doch auch oft mit unserem Nachbar verwechselt werden. Wir versuchten uns in eine Lage zu versetzen, in der man wohl am ehesten sich seines Nationalstolzes bewusst sein sollte: als einziger Schweizer im Ausland unter Ausländern in der Diskussion über die Spezialitäten und Eigenheiten der eigenen Nation. Hierbei würden wir alle der Schweiz dankbar aber auch kritisch entgegenstehen. Was uns aber dabei auffiel, war dass man sehr schnell vom eigenen Kanton erzählen würde, anstelle von der Nation. Hier ist der Stolz durchaus spürbar. Es existiert also mehr ein „Kantönligest“ anstelle eines Nationalstolzes. „Würde Napoleon heute kommen, würde er die Schweiz wohl genauso übernehmen können, wie damals“, traf es ein Workshopteilnehmer passend. Natürlich gibt es aber Dinge, auf die wir stolz sind, wie beispielsweise unser Brot, die selten verspäteten Züge oder der Titel des Recycling-Weltmeisters.



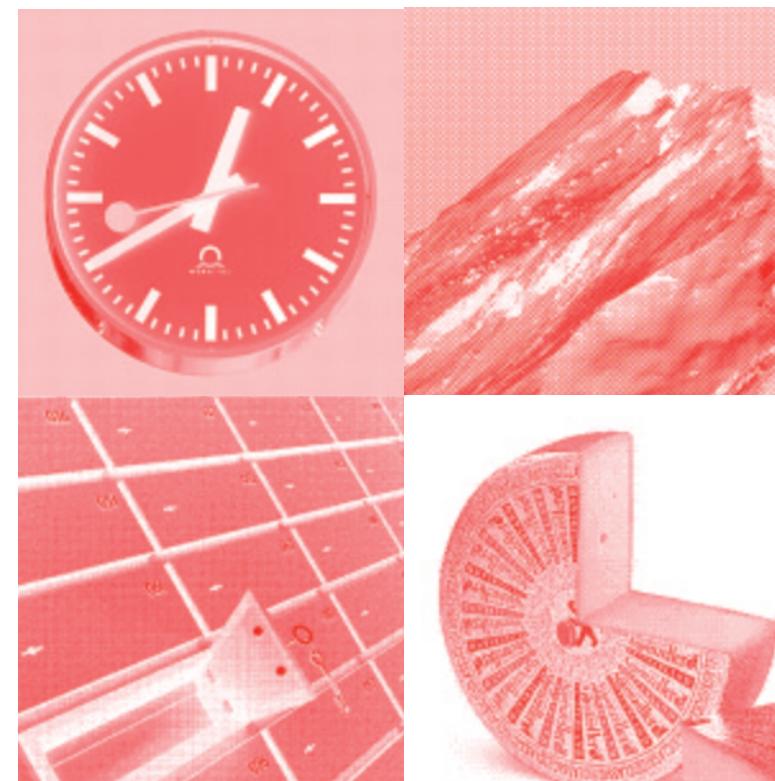
## KLISCHEES UND STEREOTYPEN

*Klischees seien schlecht, Stereotypen seien zu vermeiden, so eine gängige Aussage. In diesem Fall lernte ich, dass das nicht unbedingt notwendig ist.*

Wir arbeiteten bewusst mit klischeehaften Aussagen und stereotypischen Objekten. Dies überzeichneten wir so fest, dass sich auch das Publikum über die eigene kulturelle Auffassung Gedanken machen sollte.

Um dies auf die Spitze zu treiben, erhielt jede Welt am Tischende einen passenden und klischeehaften Aufsteller: „Ich und mein Gärtli“ hatte einen Berg als Hintergrund, „Teilen und nicht mitteilen“ einen Laib Appenzeller Käse, „Tradition und Anpassungsfähigkeit“ eine Uhr und „Essen als Reichtum“ ein Bankschliessfach.

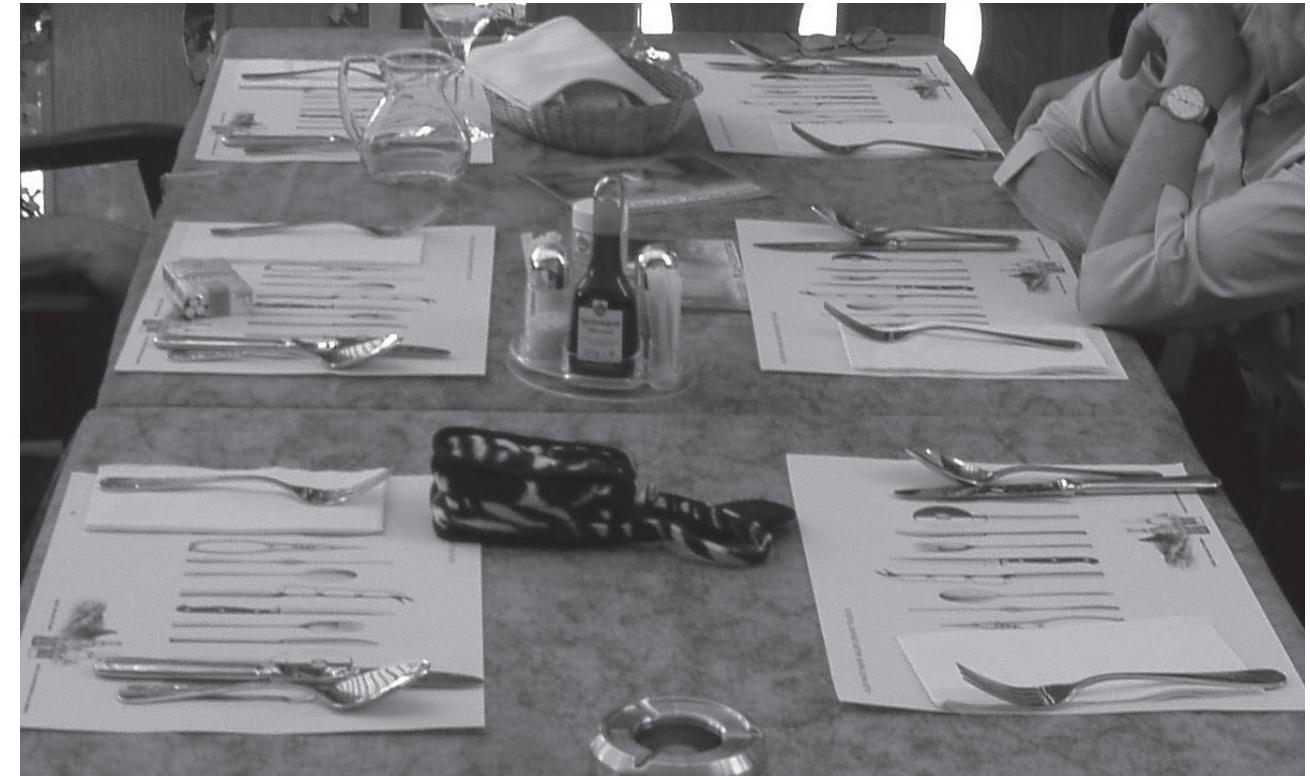
Oft versucht man Stereotypen aus dem Weg zu gehen – gerade in partizipativen Gestaltungsprozessen. In diesem Falle lernte ich, dass dies nicht unbedingt notwendig ist, denn Stereotypen sind auch Gemeinplätze der Kommunikation, auf die man aufbauen kann. Wieso sollte man sie nicht einfach nutzen und mit einer neuen Bedeutung aufladen? Die essbaren Exponate stellten auf den ersten Blick eine sehr oberflächliche Behandlung des Themas schweizer Kultur dar, doch auf den zweiten Blick erkannte man die kritischen und auch selbstironischen Aussagen dahinter.



## HERR UND FRAU SCHWEIZER

*Ein Fremdbild erstellen  
über das Altbekannte  
birgt auch Potential.*

Durch den Versuch, „Herr und Frau Schweizer“ zu definieren, waren wir mit einer gewissen Distanz in der Lage, unsere eigene Kultur von einer Aussenansicht zu betrachten. Wir fragten uns, wie wohl der typische Schweizer lebt, was er in seinem Alltag alles tut, auf was er besonders achtet. Dabei spielten nicht nur Klischees eine Rolle, sondern vielmehr die selbst gemachten Erfahrungen mit der eigenen Kultur und wie fremd uns diese manchmal vorkommt. Dabei aufgefallen ist uns auch, dass wir nur von der Deutschschweiz sprechen. Da kein Teilnehmer aus der Romandie oder dem Tessin war, geschweige denn Rumantsch sprach, sahen wir uns nicht in der Lage, diese Teile der Schweiz miteinzubeziehen.



## ICH ALS SCHWEIZER

*Durch den Vergleich mit dem was wir nicht sind, konnten wir unsere Stellungnahme erst selbst definieren.*

Nicht alle Workshopteilnehmer waren ausschliesslich Schweizer, fühlten sich aber durchaus diesem Land zugehörig, was uns wiederum zu der Frage führte, ob der Schweizer überhaupt definierbar sei. Natürlich gibt es da dieses Fremdbild und die Klischees und Stereotypen, doch wir sind genauso Teil dieser Kultur und sahen uns, durch diese Vergleiche mit dem uns Fremden oder nicht Eigenen, als Gegenpol dieser Definition. Dies führte zur Frage, ob das mit den Generationen zu tun habe. Doch ist beispielsweise eine „digital Native“-Generation international und hängt vom technischen Fortschritt, nicht unbedingt von Landesgrenzen ab. In einem globalisierten Zeitalter wird es immer schwieriger, eine Nation zu definieren, da sich die Unterschiede vor allem in internationalen Gruppen zeigen, als innerhalb der eigenen Landesgrenze, so unsere Erkenntnis.

Erst durch die Definition des uns Fremden in unserer eigenen Kultur, war es uns möglich selbst Stellung zu beziehen, wobei einige sich auch dabei erwischten, selbst auf Dinge, wie eine äusserst saubere Küche Wert zu legen, die wir im Vorhinein ein wenig belächelten.



## NEBENPRODUKTE RUND UMS ESSEN

*Neben dem Definitionsprozess sind auch weitere spannende Dinge passiert.*

Durch die intensive Auseinandersetzung mit Essen und kulturellen Werten, begannen die Teilnehmer, vorher unbewusste Handlungen und Ansichten zu erkennen und zu hinterfragen. Wir beobachteten uns selbst beim Essen, prüften unsere Beiträge auf stereotypische Aussagen und versuchten Normen zu durchbrechen.

Ein schönes Beispiel in der ersten Gruppe was das Trinken von Kaffee aus Weingläsern aufgrund von Tassenmangel: „Kaffe aus Weingläsern? Das kann man doch nicht machen!“, stellte der eine fest. „Wieso nicht?“, entgegnete der andere.

Die Umsetzungsgruppe hingegen entschied sich spontan, die übrig gebliebenen Leckereien in der Pause auf einer wenig attraktiven Bank, gleich am Rand der Strasse zu essen: Die Bank wurde kurzerhand zum Café, weshalb Passanten uns durchaus komische Blicke zuwarfen.



## FEEDBACK

*„So hab ich das noch gar nie gesehen“, ist mein persönlich liebtes Feedback.*

Die Absichten an diesem Workshop teilzunehmen, waren sehr unterschiedlich: Einige interessierten sich am Backen, andere wollten sich mit schweizer Kultur auseinandersetzen, dritte wollten basteln und vierte waren einfach neugierig. Dementsprechend unterschiedlich fiel das Feedback aus. Einige Teilnehmer der Konzeptionsgruppe liegferten mir sogar nach dem Workshop Inputs und Gedanken zum Thema Essen und Kultur, was mir zeigte, dass gewisse Gedanken hängen geblieben sind und mich sehr freut. Andere erzählten beispielsweise Freunden „von dem riesigen Fisch aus Marzipan“ und erklärten anschliessend, was ein riesiges Mobilé mit schweizer Kultur zu tun hat.

Der häufige Wechsel der Teilnehmer in den Workshops erschwerte hingegen die Gruppenbildung und den Prozess, eine gemeinsame Wertegrundlage und somit einen Gestaltungsrahmen zu finden. Der co-kreative Prozess zwischen der Konzeptions- und der Umsetzungsgruppe war sehr interessant, stellte jedoch hohe Anforderungen an die Kommunikation zwischen ihnen: in der Konzeptionsgruppe versuchten wir also möglichst offene Konzepte zu erstellen, damit sich die Umsetzungsgruppe nicht nur als Ausführerin dieses Prozesses sah, sich aber trotzdem an den Vorschlägen orientieren konnte, womit auch alle mehr oder weniger zufrieden waren, wie wir feststellten.

Einigen fiel auf, dass eine meist konstruktive Atmosphäre, sowohl bei der Konzeption als auch bei der Produktion, herrschte. Die Offenheit im Prozess bei Konzeptionsgruppe wurde grösstenteils als positiv angeschaut.



## DANK UND CREDITS

### Dank:

Ganz herzlich möchte ich Catherine Walthard und Wencke Schmid danken, die mir diesen Workshop überhaupt ermöglicht haben. Mein weiterer Dank geht an Katja Jug für den spannenden Vortrag und Regine Halter für das Redigieren des Workshop Ausschriebes.

Für die Dokumentation danke ich herzlich: Mannik Keng, Melanie Blaser, Jonas Griender, Georg Egli und Yuyu Chen.

Und natürlich danke ich ganz herzlich den Co-Cake Teilnehmern

Dita Useini (Kulturanthropologie und Germanistik, Uni Basel)

Julian Gresenz (Dodici, HyperWerk)

Katja Gfeller (RiiBistrot)

Luca Müller (Dodici, HyperWerk)

Mannik Keng (Dodici, HyperWerk)

Martina Neukomm (Kulturanthropologie und Kunstgeschichte, Uni Basel)

Matthias Weber (angehender Quatordici, HyperWerk)

Melanie Blaser ( BA in Visual Communication 11, HKB)

Nathalie Fluri (Tredici, HyperWerk)

Pan Thurneysen (Dodici, HyperWerk)

Romana von Gunten (angehende Quatordici, HyperWerk)

### Credits:



## LITERATUR

Ambrose Gavin, Harris Paul: Design Th!nking  
München, 2010, Stiebner Verlag

Fischli, Peter; Weiss, David: Plötzlich diese Übersicht;  
Köln, 2008, Verlag der Buchhandlung König

Heringer, Hans Jürgen: Interkulturelle Kommunikation  
Tübingen und Basel, 2004, A. Francke Verlag

Klanten Robert, Ehman Sven, Hübner Matthias: Tactile – High Touch Visuals  
Berlin, 2009, Gestalten Verlag

Pricken Mario: Kribbeln im Kopf  
Mainz, 2010, Herrmann Schmidt Verlag

Senge Peter: The Necessary Revolution  
New York, 2008, Random House Inc.

Simon Christoph: Planet Obrist  
Zürich, 2005, Bilger Verlag

Smith Keri: How to be an explorer of the world - portable life museum  
New York, 2008, Perigee Books

Suter, Martin: Small World  
Zürich, 1997, Diogenes Verlag





FOE