

Banken, Schoggi und Käse. Was unsere Schweiz ausmacht - zumindest im Ausland. Und was aktuell in der Presse hohe Wellen schlägt - zum Teil weltweit.

Bei letzterem springt mir momentan auf allen Medienkanälen eine Werbung über unseren berühmten Emmentaler Käse entgegen, welche ich in der Kernaussage nicht wirklich verstehe. "Share a piece of you". Also an mir persönlich zielt diese Werbung direkt vorbei. Nur die stimmigen Aufnahmen aus der Natur bleiben nostalgisch hängen. Nun, vermutlich gehöre ich einfach nicht zur Zielgruppe.

Zum Thema Schoggi - unsere gute alte Toblerone erhält einen Refresh. Statt des Matterhorns - ein weiteres weltberühmtes Nationalsymbol - prangt nun irgendein Gebirge auf dessen Verpackung. Und neu heisst es "established in Switzerland" anstelle "...of Switzerland". All dies, weil aufgrund der Produktionsverlegung ins Ausland der Swissness-Faktor nicht mehr greift. Dieser besagt per Gesetz nämlich, dass mindestens 80 Prozent der Rohstoffe aus der Schweiz stammen müssen. Ob das veränderte Erscheinungsbild zu Umsatzeinbussen führt, wird sich zeigen. Ich vermute kaum, denn der Wiedererkennungswert mit denselben Farben sowie Schriftzug ist ja immer noch da. Ich als grosse Kafi- und eben auch Schoggi-Liebhaberin werde jedenfalls weiterhin ungeniert zu diesem gluschtigen Produkt greifen, wenn mir danach ist. Neuer Look hin oder her.

Die Bankenwelt. Was soll ich sagen...Spekulationen sind schwierig, zu ungewiss sind an Tag zwei nach der Verkündung die Auswirkungen. Was insbesondere auf dem Schweizer Stellenmarkt passieren wird, wenn die grösste Schweizer Grossbank die zweitgrösste übernimmt und somit zu einem unvorstellbar grossem Finanz-Giganten verschmilzt, bleibt abzuwarten.

Am Tor zum Emmental aufgewachsen, mit Toblerone und Co. gross geworden, als Bank-Lehrtochter in die Erwachsenenwelt eingetreten und über lange Jahre in der Medienwelt gearbeitet - für mich ergibt sich mit diesem Blog thematisch quasi auch eine Art Fusion...