

Zürich

Eine Frischzellenkur für das 68-jährige Volksfest

Design Zwischen Himmelblau und Zitronengelb – das Züri-Fäscht hat einen neuen Auftritt erhalten. Dahinter stecken Annette Rubin und Sonja Rychener.



«Ein sehr dankbarer Auftrag»: Sonja Rychener (l.) und Annette Rubin. Foto: Samuel Schälch

Sarah Fluck

Geblieben ist einzig der Löwe – und auch ihm wurde die Mähne etwas gestutzt. Im neuen Logo des Züri-Fäscht schüttelt der König der Tiere weiterhin Konfetti aus seinen Haaren, doch das Design ist peppiger. Und das nicht nur beim Logo: 2019 präsentiert sich das Züri-Fäscht gleich komplett in aufgefrischem Look. Dafür verantwortlich ist die Beraterin Annette Rubin und die Art-Direktorin Sonja Rychener, beide von der Kommunikationsagentur Furrerhugi.

Sie sitzen an diesem Dienstag in ihrem Büro nahe der Bahnhofstrasse. Auf dem Tisch liegen Merchandiseartikel – vom Schlüsselanhänger bis zum Getränkechip, alles trägt ihr neues Logo. «Ich war überwältigt, als ich sah, wo das Motiv schliesslich überall erscheint», sagt Rychener.

Leistungen in Design und Werbung jedoch zugenommen.

Zuletzt strahlte das Logo des Löwen jeweils über einem Feuerwerkfoto. «Ich mag es, wenn man einem Design ansieht, aus welcher Ära es stammt», sagt Sonja Rychener. Doch das Vorgängerlayout sei doch etwas gar fest aus der Zeit gefallen.

Fest der Vielfalt

Moderner und jünger solle das Züri-Fäscht daher kommen – so lautete dann auch der Auftrag, den Rubin und Rychener von den Volksfest-Organisatoren fassten. Bedingung: Alles ist erlaubt, doch der traditionelle Züri-Fäscht-Löwe soll als Wiedererkennungszeichen bleiben. Es sei ein sehr dankbarer Auftrag, da das Thema positiv behaftet sei und von sich aus zu Kreativität anrege, erklären die Macherinnen. Das Volksfest verbinden die beiden denn auch mit Begriffen wie lebendig, bunt, staunen und tanzen. «Unser Design sollte diese enorme Vielfalt, die das Fest ausmacht, abbilden», sagt die Art-Direktorin Rychener.

Doch gleichzeitig ist diese Vielfalt auch Herausforderung. So sei es unmöglich, für das Züri-Fäscht eine Zielgruppe zu definieren. Vom Feuerwerk über Schlagermusik bis zur Kinder-

hüpfburg – alle sollen etwas zu feiern haben (böse Zungen behaupten ja, dass einzig Stadtzürcher den Festlichkeiten fernbleiben). «Am Ende des Kreativprozesses zeigte sich, dass wir auf verschiedene Sujets setzen wollten, die alle für verschiedene Attraktionen stehen, um diese zu einer Collage zusammenzufügen», sagt Rychener.

Als Erstes entstand das Logo mit dem Löwen als Blickfang. Die serifenlose Schriftart «Avant Garde» bildet mit den klassischen, geraden Strichen den ruhenden Gegenpol zum wilden Löwen-Logo. Die Farben, die im Konfetti der Löwenmähne sitzen, dienen als Basis für die Titelsujets, die schliesslich auf den

Serie «Züri-Fäscht-Macher»

Am Freitag startet in Zürich das grosse Festwochenende. Vorab zeigen wir ausgewählte Macherinnen, Macher und Dinge, die zum Gelingen des Grossanlasses beitragen werden. Die meisten Vorbereitungen für das Züri-Fäscht laufen nämlich bereits seit mehreren Wochen. Alle Informationen zum Zürcher Stadtfest sind sowohl unter www.zuerifaesch.ch als auch in der Züri-Fäscht-App verfügbar. (TA)

Plakaten und dem Programmheft zu sehen sind. Es kristallisierten sich die drei Haupttöne heraus – Magenta, Himmelblau und Zitronengelb. «Nun suchten wir nach 3-D-Objekten in diesen Farben, die für das Fest stehen, oder bastelten diese gleich selbst», sagt Rubin. Die Sammlung ging von Sonnenbrillen über Pommes-Packungen bis zu kleinen Vinylplatten. «Es mussten Objekte mit hohem Symbolcharakter sein, die auch für sich alleine stehen können», sagt Rychener.

Suche nach Trinkbecher

Beim Einkauf der Objekte gab es einige witzige Momente – etwa als die beiden in einem Feuerwerkgeschäft bloss den roten Schutzdeckel einer Rakete kaufen wollten. Besonders herausfordernd zeigte sich auch die Suche nach einem himmelblauen, durchsichtigen Trinkbecher.

«Wenn wir einmal einen Händler fanden, wollte dieser uns 1000 Stücke oder mehr davon verkaufen», sagt Rubin. Sie fuhr daraufhin extra zu einem Produzenten, um ein einzelnes Exemplar direkt bei ihm abzuholen.

Immer wieder arrangierten die zwei Designerinnen die verschiedenen 3-D-Motive zu neuen Collagen. Einmal lag das Wölkchen neben der Sonnenbrille, dann doch wieder neben der selbst gebastelten Rakete. «Wir waren auf der Suche nach einer Zusammenstellung, die wild und trotzdem harmonisch wirkte», sagte Rychener. Dabei seien sie natürlich nicht immer gleicher Meinung gewesen. Sie hängten verschiedene Collagen an den Wänden auf, um zu sehen, wie sie nach mehreren Tagen wirkten. «Schliesslich wollten wir kein Plakat kreieren, das nach wenigen Stunden wieder verleidet», sagt Annette Rubin.

Am Ende fielen zwei 3-D-Motive aus der Sammlung raus – etwa ein winziges Plastiksaxofon, das zu wenig frisch wirkte, oder eine Fähnchengirlande, die farblich nicht zu passen schien.

Positive Rückmeldungen

Und welches ist denn nun ihr Lieblingsobjekt? Für Rychener ist es das Cornet, das statt mit Eis mit einer Discokugel gefüllt ist. «Das finde ich einfach cool», sagt sie. Rubin fährt derweil besonders auf den gelaserten Chilibi-Schriftzug ab: Diesen haben sie nach ihren Vorstellungen designt und herstellen lassen. Rubin sagt dazu: «Er sieht deshalb exakt so aus, wie ich ihn mir gewünscht habe.»

Wie das Redesign in Zürich ankommt, haben sich die beiden bisher immer wieder gefragt. «Denn man selbst ist mit der eigenen Arbeit nie zufrieden und sieht überall Verbesserungsmöglichkeiten», sagt Rychener. Als die beiden Anfang Woche die Bahnhofstrasse hinuntergingen, erhielten sie eine erste Rückmeldung. «Ein Programmverkäufer und sein Sohn waren begeistert davon», sagt Rubin, «und das begeisterte uns.»

Zwingli hebt ab

Züri-Fäscht Der Reformator steigt vom Sockel, um sich unters Volk zu mischen.

Majestätisch, den Blick in die Ferne gerichtet, sich auf sein Schwert stützend. So steht der Zürcher Reformator Ulrich Zwingli vor der Wasserkirche auf dem Sockel – so stand er auf dem Sockel. Denn gerade eben schwebt er wie ein Yogi etwa siebzig Zentimeter über dem Boden.

Die reformierte Kirche des Kantons und der Stadt Zürich haben sich zum Ziel gesetzt, Zwingli, dem der Ruf anhaftet, etwas griesgrämig zu sein, aus Anlass des 500-Jahr-Jubiläums unter die Leute zu bringen. Deshalb holten sie ihn gestern von seinem hohen Sockel. So kann man ihm am Festwochenende auf Augenhöhe begegnen und – das gilt es schliesslich zu dokumentieren – ein Selfie mit ihm schiessen.

Es dauert allerdings eine Weile, bis der gegroundete Reformator wirklich bodenständig ist, denn zuerst muss die 800 Kilo schwere Bronzestatue mit Klötzchen unterlegt und auf der Bodenplatte verschraubt werden, damit Zwingli auch dann nicht kippt, wenn er einen über den Durst trinken sollte.

Der Klima-Zwingli

Ausgelassen feiern ist nämlich in Zwinglis Sinn, so hat er einst nicht nur gesagt: «Tut um Gottes willen etwas Tapferes», sondern auch, frei zitiert, «Lasst uns fröhlich sein». Diesen Leitspruch stellte Kirchenrat Andrea Marco Bianca bei der «Aufrichte» in den Vordergrund.

Damit das einfach vonstattengeht, wird gleich neben dem Denkmal eine Zwingli-Bar Zwingli-Bier ausschenken und Würste verkaufen. Für Würste, das wissen wir aus der Geschichte, hatte Zwingli von jeher eine Schwäche. Das Wurstessen war der Startschuss zur Zürcher Reformation.

Nach dem Fest ist für Zwingli aber auch vor dem Fest. So wird ein Polyester-Duplikat von ihm

an der 1.-August-Feier am Bürkliplatz teilnehmen. Dieses ist Ende Juni als Rohling in Zürich angekommen und wird derzeit von Mitgliedern des Jugendtreffs Grossmünster schön bunt gemacht. Es wird zum Klima-Zwingli. Hauptredner an der Zürcher Bundesfeier wird übrigens Grossmünster-Pfarrer Christoph Sigrist sein, der die damit startende Aktion ins Leben rief.

Eine Charmeoﬀensive

Denn der Auftritt des Klima-Zwinglis ist der Anfang einer richtigen Charmeoﬀensive des Reformators. Zwölf Zwinglis werden im Laufe der zweiten Jahreshälfte nach und nach in den Stadtzürcher Quartieren erscheinen und zu «Stadtgespräch» einladen.

Dabei will Zwingli ein offenes Ohr für die Bevölkerung haben und erfahren, wo es den Menschen dieser Stadt den Hut lüftet... So wie es dem diesjährigen Sechseläuten-Böögg den Zwingli-Schlapput lüpfte. Das erste dieser «Stadtgespräche» wird am 23. August in der Wasserkirche stattfinden. Dann steht also ein Polyester-Zwingli zu Füssen des Bronze-Zwingli, der wieder seinen Platz auf dem Sockel eingenommen hat.

Es sei denn, der echte Zwingli habe sich aus dem Staub gemacht, was durchaus sein könnte. Als nämlich die Verantwortlichen ihm beim Hochheben unter den Talar guckten, stellten sie fest, dass der Reformator Rost angesetzt hat. Kann sein, dass er gleich nach dem Fest in die Werkstatt einer Restauratorin oder eines Restaurators verschwindet. Kein Problem. Es schauen ja zwölf andere Zwinglis in seiner Stadt zum Rechten.

Helene Arnet

Fr ab 17 Uhr, www.zwinglibar.ch; www.zwinglistadt.ch



Das Zwingli-Denkmal wird gegroundet. Foto: Andrea Zahler