

Das Wort „Frieden“ wurde in der Geschichte der Menschheit schon so oft ausgerufen – und hatte nur beschränkt Wirkung. Deshalb wirkt das Wort leider abgedroschen und beschädigt.

„Peace“ hatten die Hippies in den sechziger Jahren des letzten Jahrhunderts gefordert, als sie gegen den Vietnamkrieg protestierten und ihrem Logo, dem Peace-Zeichen, eine globale Präsenz verschafften, welche nur vom Coca-Cola-Schriftzug, vom Apple-Apfel und vom Nike Swoosh übertroffen wurde.



In Italien folgten Millionen dem Aufruf: „Pace da tutti i balconi!“

Nun, im frühen 21. Jahrhundert, wirkt das einst poppige Peace-Zeichen alt. Es ist zum Relikt einer vergangenen Zeit geworden.

Als im Jahr 2003 der amerikanische Präsident George W. Bush eine Invasion des Irak vorbereiten ließ, da besannen sich die Friedensaktivisten aller Welt auf einen alten Trick der Werbebranche: das Re-Branding. Wer kein neues Produkt hat, führt einfach einen neuen Namen ein.



Die Aktivisten verwendeten in ihren Antikriegsprotesten nicht mehr die alten Symbole wie das runde Peace-Zeichen oder die weiße Taube vor blauem Grund, sondern schwenkten eine bunte Fahne, die mit dem italienischen Wort „Pace“ beschriftet war. Durch die kleine Operation, der Entfernung des e aus Peace, verwandelte sich das englische Wort in ein italienisches.

Am Vorabend des dritten Golfkriegs warnte die amerikanische Regierung vor den Massenvernichtungswaffen des irakischen Diktators Saddam Hussein und warb vor dem UNO-Sicherheitsrat für eine militärische Intervention. Außenminister Colin Powell präsentierte eine Reihe von Satellitenaufnahmen und geheimen Dokumenten, welche als Beweis für die atomare

<u>global</u>	<u>papageienhaft</u>	<u>weltweit</u>	<u>tadellos</u>
<b>Präsenz</b>	Anwesenheit	Absenz	Zukunft
<b>Invasion</b>	Gewaltmarsch	Aufmarsch	Einmarsch
<b>Brand</b>	Marke	Schaden	Reparatur
<b>Symbol</b>	Wert	Sinnzeichen	Verlangen
<b>Intervention</b>	Weiterschreiten	Überschreiten	Einschreiten
<b>Aggressor</b>	Angreifer	Begriff	Angeber
<b>revanchieren</b>	abgelten	vergeltten	entgelten
<b>Magnat</b>	Anziehender	Mächtiger	Unwissender
<b>Phänomen</b>	Schein	Erscheinung	Verderben
<b>Toleranz</b>	Untersicht	Übersicht	Nachsicht
<b>Hegemonie</b>	Vorstellung	Vormacht	Vorteil
<b>unipolar</b>	einseitig	einfältig	einsichtig
<b>Accessoire</b>	Zumutung	Zubehör	Zustand
<b>Parka</b>	lange Jacke	kurze Krawatte	Regenschirm
<b>Design</b>	Gestaltung	Abkürzung	Entfernung
<b>Deko</b>	Verzierung	Verbandelung	Verneblung
<b>Hype</b>	Methode	Mode	Melodie

Bedrohung durch den Irak dienen sollten. Seine Powerpoint-Präsentation überzeugte weder die europäischen Verbündeten noch die Weltöffentlichkeit. Der amerikanische Verteidigungsminister Rumsfeld schmähete die kritischen Verbündeten Frankreich und Deutschland als „altes Europa“, in der Kantine des Pentagon wurden die French fries (Pommes) in Freedom fries umgetauft. Europa revanchierte sich mit der Ächtung des Wortes Peace, das Friedenssymbol sollte nicht in der Sprache des Aggressors gehalten werden. Insofern weil auch das

englisch sprechende Großbritannien wie immer stramm an der Seite der USA stand.

Eingeführt worden war das neue Friedenssymbol vom italienischen Pater Alex Zanotelli, der die Bürger im Jahr 2002 aufgefordert hatte, als Protest gegen die Regierung von Medienmagnat Silvio Berlusconi eine Regenbogenfahne vom Balkon zu hängen. Die Initiative „Friede von allen Balkonen“ wurde später von der Antikriegsbewegung übernommen. Das bunte Tuch hing 2002 und 2003 aus Fenstern und wehte an Autoantennen. Über ein Drittel der italienischen

Bevölkerung tat mit einer Regenbogen-Flagge ihre Meinung kund. Das Supermodel Naomi Campell ließ sich aus dem farbigen Tuch ein Kleid schneiden und lief damit über den Laufsteg. In kürzester Zeit wurde die bunte Fahne zu einem globalen Mode-Phänomen.

Der Regenbogen war ein biblisches Symbol für Noahs Vertrag mit Gott nach der Sintflut. Ende des 20. Jahrhunderts wurde die Regenbogen-Fahne zum Symbol der Homosexuellen-Bewegung. Allerdings unterscheidet sich diese Flagge in Anzahl und Anordnung der Farben. Die Botschaft dürfte jedoch ähnlich sein: Toleranz!

Eine Fahne ist ursprünglich ein Kind des Krieges. Auf dem Schlachtfeld orientierten sich die Soldaten an bunten Wimpeln. Die Weißen, die Roten, so waren sie dann auch gekleidet, grad wie heute beim Fußball oder beim Eishockey. Die Pace-Fahne stellt sich mit der demonstrativen Farbenvielfalt gegen die Hegemonie einer einzigen Macht, einer einzigen Idee. Sie wurde zum passenden Zeichen für den Protest gegen eine unipolare Welt mit der Hegemonialmacht USA.

Die Pace-Fahne wurde zum Accessoire einer neuen Aktivistengeneration, die sich auch modisch von den Parkas, den Wollstrickjacken und den Sandalen der Hippies und Ökos absetzte. Die Proteste gegen den Irakkrieg wurden von jungen Menschen getragen, die keinen Widerspruch sahen zwischen Markenklamotten und Antikriegsprotest, zwischen Konsum und Engagement. Am 15. Februar 2003 protestierten dann weltweit viele Millionen Menschen mit der Pace-Fahne und dem Slogan „No Blood for Oil“, allein in Berlin und London kamen je 500 000 Menschen, in Rom sogar mehr als eine Million. Kommentatoren bezeichneten das Ereignis als „größte politische Kundgebung in der Geschichte der Menschheit“.



Versuch, Alt und Neu unter einen Hut zu bringen.

Die „Bandarielo di Pace“ wurde zunächst von einer kleinen italienischen Firma hergestellt. 5000 Flaggen stellten die Näherinnen pro Tag her und konnten die Nachfrage schließlich nicht mehr befriedigen. Bald entdeckten Großhändler die Fahne als Export-Hit, und weil Pater Alex Zanotelli kein Copyright auf das Design beanspruchte, wurde die Regenbogenfahne von Fabriken in aller Welt hergestellt. Eine italienische Zeitung legte die Fahne sogar ihrer Sonntagsausgabe bei – als wirke das Tuch als Medizin gegen all die schlechten Nachrichten im Politikteil.

Aus einer politischen Forderung war ein kurzlebiges Dekomaterial für einen alternativen Lebensstil geworden. Heute entdeckt man noch ab und zu eine zerfetzte und verblichene Pace-Fahne, die irgendwo in einem Hinterhof vergessen wurde. Es gibt die Flagge sporadisch noch auf Märkten zu sehen, stark verbilligt und „made in China“, zwischen andern Motiven, die in vergangenen und beinahe schon vergessenen Zeiten mal Hype gewesen waren: Che Guevara, Piratenkopf, Cannabis-Blatt oder Peace-Symbol.

Stephan Bosch  
Max Daetwyler  
Der Friedensapostel  
Mit der weißen Fahne um die Welt



### Mit der weißen Fahne um die Welt – der Friedensapostel Max Daetwyler

Beim Ausbruch des Ersten Weltkriegs 1914 verweigerte der Füsilier Max Daetwyler den Fahneneid der Schweizer Armee. Damit begann seine 60 Jahre dauernde Mission für den Weltfrieden. Der Ostschweizer Don Quijote auf Gandhis Spuren bereiste mit der großen Idee des Friedens und seiner weißen Friedensfahne die Welt, predigte für Menschenverbrüderung und später gegen atomare Aufrüstung. Die meisten Zeitgenossen hielten den bärtigen Mann für einen Spinner und Sonderling. Er wurde unzählige Male ins Gefängnis gesperrt. Im Angesicht der ungeheuren Hitlerei der Dreißigerjahre, der furchtbaren Barbarei des Zweiten Weltkrieges und dem Irrsinn des Wettrüstens im Kalten Krieg war er der einsame Rufer in der Wüste.

Das Wirken des großen Schweizer Originals wurde erst nach seinem Tod gewürdigt: 2004 errichtete seine Wohngemeinde Zumikon ein Denkmal zum Gedenken an den „Helden des Friedens“. 2008 erhielt der riesige Platz vor dem Stade de Suisse in Bern den Namen Max-Daetwyler-Platz.