

Zeitschrift: Physiotherapie = Fisioterapia
Herausgeber: Schweizerischer Physiotherapeuten-Verband
Band: 37 (2001)
Heft: 5

Vorwort: Ein Entscheid für die Zukunft
Autor: Huber, René

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



EDITORIAL

Ein Entscheid für die Zukunft

Seit geraumer Zeit beschäftigt sich der Schweizerische Physiotherapeuten-Verband mit der Entwicklung eines neuen Namens und einer neuen Corporate Identity (CI). Wie soll sich der SPV in den kommenden Jahren präsentieren?

Eine neue Identität gewinnen, bedeutet immer, etwas Vertrautes, Bewährtes und vielleicht auch Liebgewonnenes abzuschütteln.

Schon die frühere Geschäftsleitung hatte 1997 versucht, mit «Physioswiss» dem SPV nicht nur einen neuen Namen, sondern auch eine neue Philosophie und eine neue Struktur zu geben. Die Versuche scheiterten am Entscheid der Delegierten, die sich mit dem englischen Namen und dem neuen Auftritt nicht anfreunden konnten.

Im vergangenen Jahr stand erneut eine neue Corporate Identity auf der Traktandenliste, da man sich grundsätzlich einig war, dass der Verband gerade bei der Jahrtausendwende seine Zukunft neu ausrichten sollte. Wie wir alle wissen – wurde der Entscheid um ein Jahr vertagt. Es wurde vor rund einem Jahr beschlossen, dass die diesjährige Delegiertenversammlung (DV) definitiv darüber entscheiden sollte. Eine Arbeitsgruppe wurde im Auftrag der DV ins Leben gerufen, die sich mit dem neuen Namen des Verbandes, aber auch mit dem neuen Logo und der neuen Corporate Identity auseinandersetzen sollte. Die Arbeitsgruppe konzipierte – gemeinsam mit dem Grafiker und CI/CD-Spezialisten Tino Steinemann – ein neues Erscheinungsbild für den SPV. Es war auch das Ziel, mit dem neuen Logo eine Marke zu schaffen, die vielseitig Verwendung finden kann.

Höchst erfreulich war an der DV 2001, dass ein Entscheid gefällt wurde, und vor allem, dass er bereits im ersten Wahlgang eine deutliche Mehrheit erzielen konnte. Damit ist die Basis gelegt, dass auch die Grosszahl der PhysiotherapeutInnen sich mit dem neuen Verbandsauftritt identifizieren können.

Künftig wird also der SPV neu Schweizer Physiotherapie Verband heissen und mit der Marke **FISIO** ein Erscheinungsbild schaffen, das bald auch bei der Bevölkerung vertraut sein wird.

In einer der nächsten Ausgaben der «Physiotherapie» wird das neue Corporate Design (CD) vorgestellt. Im «Jahrbuch SPV» ist bereits auf der Seite 19 das neue Logo des SPV abgebildet.

René Huber,
Redaktionsleiter «Physiotherapie»

EDITORIAL

Une décision pour le futur

Depuis longtemps déjà, la Fédération Suisse des Physiothérapeutes se penche sur l'adoption d'un nouveau nom et d'une nouvelle corporate identity (CI)? Comment la FSP doit-elle se présenter dans les années à venir?

Trouver une nouvelle identité suppose toujours ébranler ce qui est familier, qui a fait ses preuves et peut-être qui nous est devenu cher.

En 1997 déjà, l'ancien comité exécutif a essayé, avec «Physioswiss», non seulement de doter la FSP d'un nouveau nom, mais aussi d'une nouvelle philosophie et d'une nouvelle structure. Mais la décision des délégués vint contrer ces tentatives, car les délégués ne pouvaient se faire à ce nom anglais et à cette nouvelle manière de se présenter.

L'an passé, une nouvelle corporate identity figurait de nouveau à l'ordre du jour, puisque tous s'étaient accordés à dire que la fédération devait organiser différemment son avenir, d'autant plus que nous arrivions au tournant du millénaire. Comme nous le savons tous, la décision a été reportée d'un an. Il y a exactement une année, il a été décidé que l'assemblée des délégués (AD) de 2001 se prononcerait définitivement à ce sujet. Un groupe de travail a alors été mis sur pied à la demande de l'AD, qui l'a chargé de se pencher sur un nouveau nom pour la fédération, sur un nouveau logo et une nouvelle corporate identity.

Le groupe de travail a donc conçu – avec le graphiste et spécialiste CI/CD Tino Steinemann – une nouvelle image de marque pour la FSP. L'objectif était en outre de créer, avec le nouveau logo, une marque à usage multiple.

Il est très réjouissant que l'AD 2001 ait pris une décision et, surtout, qu'au premier tour de scrutin, on ait déjà atteint une forte majorité. Par conséquent, grâce à cela, un grand nombre de physiothérapeutes vont également pouvoir s'identifier avec la nouvelle présentation de la fédération.

Donc, la FSP va désormais s'appeler Association Suisse de Physiothérapie et, avec **FISIO**, créer une image de marque qui deviendra vite familière à la population.

Le nouveau corporate design (CD) sera présenté dans un des prochains numéros de «Physiothérapie». Le nouveau logo de la FSP figure déjà en page 19 de la «Revue annuelle FSP».

René Huber,
Chef de la rédaction de «Physiothérapie»

EDITORIALE

Una decisione per il futuro

La Federazione Svizzera di Fisioterapia si occupa ormai da tempo dello sviluppo di un nuovo nome e di una nuova Corporate Identity (CI). Come vuole presentarsi la FSF in futuro?

Darsi una nuova identità significa lasciarsi alle spalle vecchie abitudini, diventate forse a noi care, abbandonare qualcosa che in fondo ha dato buoni frutti. Già nel 1997 il Comitato esecutivo di allora aveva proposto – con «Physioswiss» – di dare alla FSF non solo un nuovo nome, ma anche una nuova filosofia e una nuova struttura. Questa iniziativa non aveva riscontrato però il favore dei delegati, che avevano respinto il nome inglese e la nuova presentazione.

L'anno scorso il punto «Corporate Identity» è tornato all'ordine del giorno dell'Assemblea dei delegati (AD): tutti erano concordi sul fatto che l'associazione aveva bisogno di una nuova veste per il terzo millennio. Come sappiamo la decisione era stata rimandata di un anno e si era stabilito che sarebbe stata l'Assemblea dei delegati del 2001 a pronunciarsi definitivamente su questo tema. Su mandato dell'AD è stato così costituito un gruppo di lavoro incaricato di occuparsi del nuovo nome della Federazione, nonché del nuovo logo e della nuova Corporate Identity.

In collaborazione con un grafico ed esperto di CI/CD, Tino Steinemann, il gruppo ha elaborato un nuovo volto per la FSF. Con il nuovo logo si è voluto anche creare un marchio dalle molteplici applicazioni.

È molto positivo che all'Assemblea del 2001 si sia presa una decisione capace di raccogliere la maggioranza assoluta già al primo scrutinio. Ciò testimonia infatti che la maggior parte dei fisioterapisti si identifica con la nuova veste dell'associazione.

D'ora in poi la FSF si chiamerà dunque Associazione Svizzera di Fisioterapia e si presenterà sotto il marchio **FISIO** – un nome che potrà essere facilmente recepito dalla popolazione.

In uno dei prossimi numeri di «Fisioterapia» presenteremo il nuovo Corporate Design (CD). Il nuovo logo dell'associazione è già illustrato a pagina 19 della «Rivista annuale FSF».

René Huber,
Direttore redazionale «Fisioterapia»