Schweiz essen

Autor(en): **Ernst, Meret**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **28 (2015)**

Heft 4

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-595369

Nutzungsbedingungen

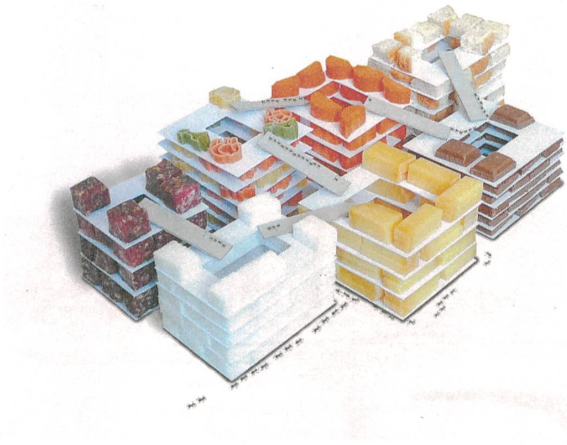
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Das Modell erzählt die Geschichte: Die miteinander verbundenen Türme voller Lebensmittel schrumpfen im Gleichschritt, wie sie die Besucherinnen und Besucher leer essen.

Schweiz essen

Auftritte an Weltausstellungen sollen kontrovers sein, meinen Noah Baumgartner und Daniel Christen. Ihr Vorschlag will an der Expo Milano zu Diskussionen anregen.

Text:
Meret Ernst

Den Entscheid mitzumachen, trafen sie kurzfristig – einen Tag vor Anmeldeschluss. Noah Baumgartner und Daniel Christen wollten am Wettbewerb für den Schweizer Pavillon teilnehmen. Das Thema der Weltausstellung 2015 in Mailand zündete: ‹Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita›. Dazu lässt sich aus Schweizer Sicht etwas beitragen.

Ihr Einfall, in der Küche geboren, trägt das ganze Projekt: «Wir bauen einen Pavillon, der im Lauf der Ausstellung aufgegessen wird.» Ein Witz – aber die Denkpause nach dem Lacher machte klar, dass etwas dran ist. Also ausprobieren. Das gebastelte Modell erzählt den Kern der Geschichte: Teigwaren, Zuckerwürfel, Landjäger, Karotten stapeln sich auf Kartons zu Türmchen, die über Stege miteinander verbunden sind. Besucherinnen und Besucher dürfen sich bedienen. Ist eine Plattform leer, schrumpft der Stapel um eine Etage. Die Fülle wird zur Leere, denn was weggegessen ist, wird nicht ersetzt. Jeder Griff ins Regal nimmt den Nachfolgenden die Erfahrung der Fülle. Nehme ich zu viel, hat es für andere zu wenig.

Am Start

Baumgartner und Christen trieb ihre Kritik an den bisherigen Auftritten der Schweiz an Weltausstellungen an. Beide studierten Innenarchitektur an der HGK in Basel. Dort lernten sie, ihre Projekte vom Inhalt her zu denken. Und nicht von einer Form, die je nach Bedarf gefüllt werden kann. Sie setzten deshalb auf die eine Idee und gewannen damit 2012 den zweistufigen Projektwettbewerb – gegen 102 Eingaben. Sie gaben ihre Nebenjobs auf, die neben dem gemeinsamen Büro nötig waren, stellten zwei neue Mitarbeiter ein, entwickelten das Projekt weiter. Und bewiesen, dass sie, die knapp dreissig Jahre alt waren, dem Druck eines solchen Vorhabens standhalten. So konnten sie die Ausführungsplanung gut ein Jahr nach dem Wettbewerbsgewinn in Angriff nehmen.

Als ein zweites, grösseres Bauprojekt ins Haus stand – das Tribünengebäude für das Leichtathletikstadion der Stadt Basel – musste das Büro wachsen. Heute beschäftigt Netwerch zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind im alten Postgebäude in Brugg eingemietet. Hundert Meter weiter residiert der Bauernverband, den die beiden früh informiert und für das Projekt begeistert hatten.

Industrie statt Schlaraffenland

Mit dem Warenlager wählten Baumgartner und Christen eine nüchterne Metapher. Von einem Betonsockel ragen viergeschossige Türme 15 Meter in die Höhe. Lokale Brandschutzvorschriften verhinderten die geplante Holzkonstruktion, nun baut der Generalunternehmer Nüssli die tragende Struktur der Türme in Beton. Mit ihrer unspektakulären Fassade passen sie nahtlos in die Agglomeration von Rho-Pero, wo einzig das Messegelände von Massimiliano Fuksas einen Akzent setzt. Doch im Architekturzoo einer Weltausstellung werden sie durch ihre nüchterne Konkretheit auffallen.

Ein Lift hievt die Besucherinnen und Besucher auf die Höhe der Plattform, die sich dem Füllstand anpasst. Das geschieht nicht mehr hydraulisch und also fliessend, wie im Konzept vorgeschlagen, sondern stufenweise: Sind die Regale eines Geschosses leer geräumt, wird die Bodenplatte mit einer elektrischen Seilwinde abgesenkt und wieder eingehängt. Vier Mal wird das im Lauf der Ausstellung passieren. Nach oben bleibt der Blick in die leer geräumten Räume frei. Fix installierte Stege verbinden die Türme. Zwei Treppenhäuser sorgen für die Fluchtwege.

Die ursprünglich sieben Türme reduzierten Christen und Baumgartner auf fünf, nach der Submission blieben noch vier. Die Expo gibt eine maximale Temperatur von 26 Grad Celsius in den Ausstellungsräumen vor. Das geplante Aussenklima kam deshalb nicht in Frage, Klimaanlagen kühlen die Räume mit Publikumsverkehr. Verderbliche Lebensmittel verbieten sich bei dieser Temperatur allerdings von selbst. Sowieso bestimmten viele Aspekte deren Auswahl: Sie müssen politisch korrekt und sechs

Anders als geplant ist die Konstruktion der Türme nicht in Holz, sondern in Beton realisiert worden. Foto: Netwerch

Modell des Schweizer Pavillons für die Expo Milano: Ein Holzsteg führt zu den Türmen und verbindet sie mit dem dahinterliegenden Pavillon. Foto: Stephan Rappo

Monate haltbar sein. Dazu brauchen sie einen Bezug zur Schweiz, sie sollen eine exemplarische, in Bild und Ton vermittelbare Geschichte erzählen und zum Mitnehmen verlocken. Schokolade war schnell vom Tisch.

Vier Türme voller Lebensmittel

Ausserdem mussten Sponsoren für die Lebensmittel gefunden werden. Nestlé war als einer der ersten mit an Bord. Netwerch schlug einen Turm mit Kaffee vor, die Firma dazu einen mit abgefülltem Wasser, und am liebsten hätte sie noch einen Getreidestängel hineingeschmuggelt, der nur in Italien verkauft wird. Die Autoren wehrten sich gegen solches Product-Placement – da kam ihnen das Bundesamt für Gesundheit zu Hilfe, das den Stängel als zu ungesund taxierte. Man einigte sich auf Nescafé, an dem die Geschichte der Nahrungsmittelindustrie und der damit verknüpften Handelswege, Forschung und Zubereitungssysteme dargestellt wird. Und der zeigt, dass die Schweiz fast dreimal so viel Kaffee wie Schokolade exportiert.

Die Wasserflaschen schafften es dagegen nicht. Nestlé wird heftig kritisiert, mit Grundwasser weltweit lukrative Geschäfte zu machen. «Wir wiesen von Anfang an darauf hin, dass damit eine heikle Aussage gemacht wird», sagt Noah Baumgartner. Doch erst als die Schaffhauser SP-Nationalrätin Martina Munz im Parlament Bedenken anmeldete, reagierte Präsenz Schweiz, und Nestlé riet den Kollegen in Italien, die Idee besser fallen zu lassen. Als Ersatz gibt es Leitungswasser, vor Ort gezapft. Leitungswasser, in Mailand? «Einige werden wohl die Nase rümpfen», lacht Daniel Christen. Nun gehe es darum, den Chlorgehalt so weit zu reduzieren, dass Schweizer Besucher das Wasser noch trinken und Italiener nicht das Gefühl haben, es sei unbehandelt. Dabei geht es um Grundlegendes: «Wir vermitteln damit die Erfolgsgeschichte unserer Landwirtschaft.» Denn die erschöpfe sich nicht in Milch und Käse, sondern basiere auf der Tatsache, dass sie mit dem Grundwasser sorgfältig umgehe, aus dem bis zu achtzig Prozent unseres Trinkwassers stammt. →

→ Das Salz im dritten Turm stammt von den Schweizer Salinen, die die Salzversorgung des Landes abdecken. «Damit verteilen wir den einzigen Rohstoff, über den die Schweiz verfügt», erklärt Noah Baumgartner. Schliesslich willigte auch das Bundesamt für Gesundheit ein – erzählt wird, was die Risiken einer zu salzhaltigen Nahrung sind.

Es fehlte die Landwirtschaft. Rollgerste kam nicht in Frage, weil der Pavillon den Jahresertrag verbraucht hätte. Eine Kräutermischung wäre zu teuer geworden. Der Bauernverband hätte gerne Gemüse oder eine Frucht abgegeben – die Wahl fiel auf getrocknete Apfelringe. Sie stehen für Biodiversität und die ökologische Bedeutung der Landwirtschaft. Der Bauernverband und das Agro-Marketing Schweiz setzten sich ein. Nun beschafft das Bundesamt für Landwirtschaft die Apfelringe.

Flächendeckende Präsenz

Ein Holzsteg dient als zusätzliche Ausstellungsfläche und bietet im Erdgeschoss Schattenplätzchen. Er führt über die Parzelle bis zu den Türmen. Wer auf den Einlass wartet, sieht von aussen die Kartonschachteln blau, rot, braun und grau durch die Glasfassade leuchten – die einzigen geplanten Farbtupfer neben der Schweizerfahne.

Hinter den Türmen steht das zweite Gebäude – eine dreigeschossige Kiste, unspektakulär, funktional und von einem Raster aus weiss gestrichenen Lamellen schraffiert. Es enthält weitere Ausstellungen der Partner, ein Restaurant, ein Take-Away, eine Lounge, ein Auditorium sowie Büro- und Funktionsräume. Geplant war, diese Nutzungen halb unter dem Steg zu versenken. Nun sind sie kompakt zusammengefasst. Das Gebäude besetzt mit 690 Quadratmeter mehr als doppelt so viel Fläche wie die Türme. Es ist auch deshalb so gross, weil Präsenz Schweiz viele Partner bedienen muss. Die inhaltliche Auseinandersetzung, die Netwerch führen musste, gipfelte darin, den Türmen die nötige Aufmerksamkeit zu erhalten.

Jeder Schritt ist politisch

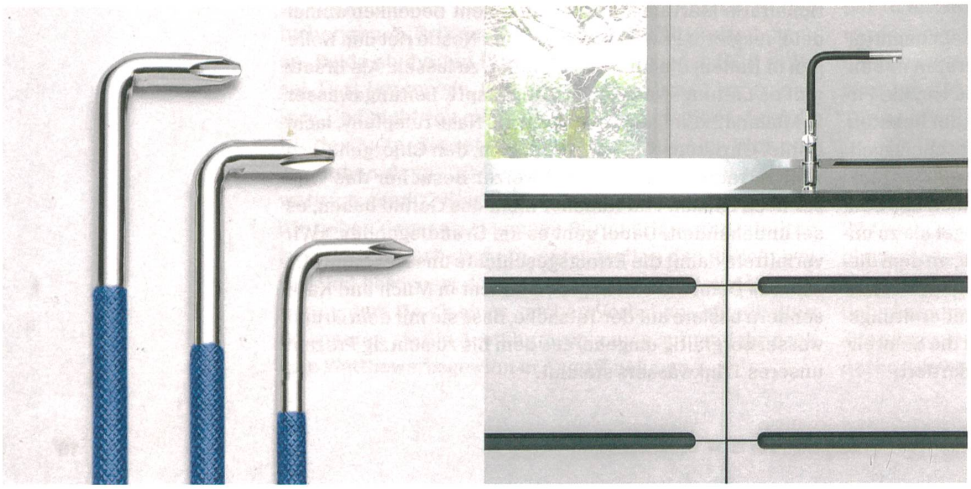
«Der Planungsaufwand ist nicht grösser als bei anderen Projekten», schätzt Noah Baumgartner. «Aber die Koordination der Prozesse frass viel Energie.» Viele Absprachen mit Bundesämtern, mit Sponsoren und Partnern waren nötig, und es galt, die Idee durchzusetzen, die Diskussion zu steuern. Die Beteiligten waren auch mal völlig gegenteiliger Meinung. Auch untereinander. Viele versuchten, Einfluss zu nehmen. Absprachen galten nur so lange, bis jemand über eine höhere Hierarchiestufe einen Entscheid umstossen konnte.

Das politische System, das Mitsprache hoch gewichtet, drücke brutal in den Prozess, bestätigt Daniel Christen. «Das entspricht meinem Selbstverständnis. Ich bin auch ein Bürger des Landes, das ist mein Pavillon, ich habe dazu etwas zu sagen.» Für konzeptuelle und gestalterische Fragen sei das aber gewöhnungsbedürftig. Sie mussten lernen, damit umzugehen, Probleme im Vorfeld zu erkennen und auch mal undiplomatisch vorzugehen.

Zum Lernprozess gehörte auch eine weitere Erkenntnis: Präsenz Schweiz sieht im Pavillon in erster Linie den Veranstaltungsort. Peter Zumthor konnte an der Weltausstellung 2000 in Hannover ein Statement mit den Mitteln der Architektur abgeben. Alles andere ordnete sich diesem Ziel unter. Inzwischen bündelt ein Pavillon den Auftritt von Partnern unter dem Bundesdach – seien es Unternehmen, Kantone, Städte oder Verbände. «Es dauerte, bis wir diese Spielregel verstanden haben und damit umgehen lernten», blicken beide zurück. Ihr persönlicher Erfolg wird sich daran bemessen, ob Präsenz Schweiz den Mut aufbringt, die Dialektik von Fülle und Leere zuzulassen. Denn wie kein anderer Auftritt in den letzten Jahren stellt dieser Pavillon die Gretchenfrage: Wie viel Kontroverse erträgt ein Auftritt, der als Teil der Landeskommunikation übergeordnete Interessen spiegelt? ●

Confooderatio Helvetica
Den Schweizer Auftritt an der Expo Milano verantwortet Präsenz Schweiz. Bundesrat und Parlament haben dafür einen Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken gesprochen. Acht Millionen müssen über Drittmittel beschafft werden. Der Auftritt umfasst vier Türme: Der Wasserturm wird vom Departement für auswärtige Angelegenheiten verwaltet, für die Apfelringe zeichnen Agro-Marketing Schweiz und das Bundesamt für Landwirtschaft verantwortlich, der Salzturm steht unter der Obhut der Schweizer Rheinsalinen und für den Kaffee steht Nestlé. Auf 4433 Quadratmetern Fläche sind Ausstellungsmodule für Partner, ein Restaurant, ein Bereich für die Sponsoren und eine Verkaufsfläche vorgesehen. Drei Viertel der Pavillonmaterialien werden wiederverwendet.
Architektur und Ausstellung: Netwerch
Landschaftsarchitektur:
Müller Illien Landschaftsarchitekten
Grafik: Vista point Gruppe
Statik: Charpente concept
HLKS: Haldemann Basel, Savida

Netwerch
Netwerch entstand 2004, als Noah Baumgartner und Daniel Christen siehe Cover-Foto während des Studiums gemeinsame Projekte realisierten. 2006 gründeten sie zusammen mit Andreas Christen die Firma Netwerch. Sie arbeiten in den drei Bereichen Architektur, Ausstellungen und Produktentwicklung.



MEIERZOSSO

Küchen ▪ Innenausbau ▪ Praxisplanung
Bruggacherstrasse 12
CH-8117 Fällanden
Telefon 044 806 40 20
kontakt@meierzosso.ch
www.meierzosso.ch