

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 17 (2004)

Heft: 6-7

Artikel: Ein Berg mit Köpfchen : Schweiz in Japan 2005

Autor: Kramer, Thomas

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-122386>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

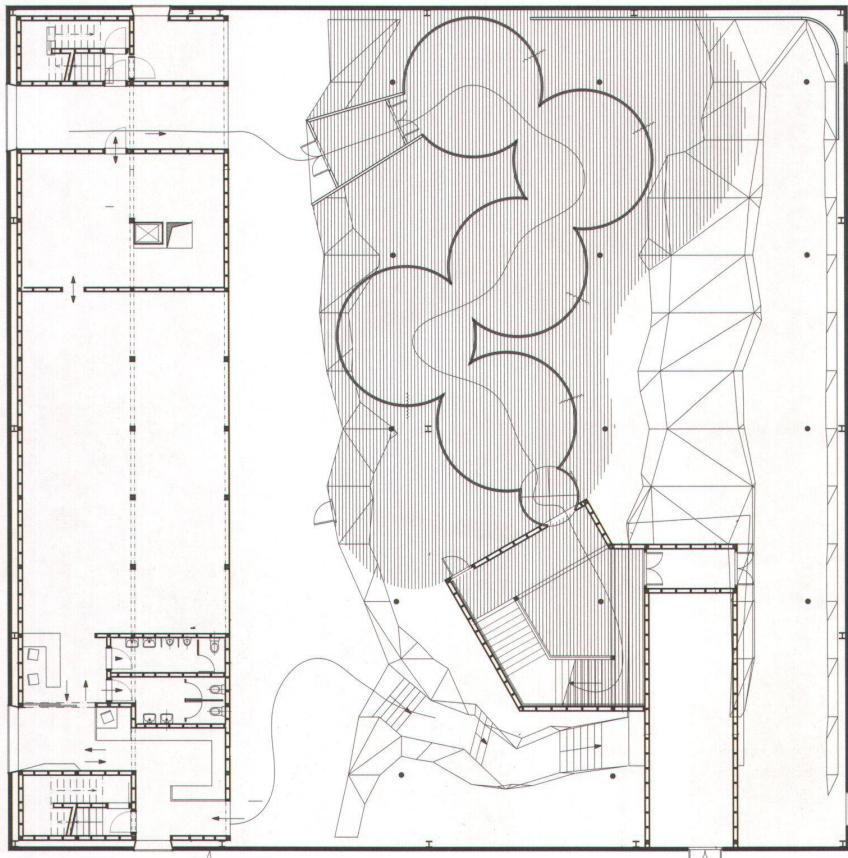
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ein Berg mit Köpfchen

Text: Thomas Kramer



1



2

Im März 2005 wird in Japan die Weltausstellung eröffnet. Den Schweizer Beitrag hat im Auftrag der bundeseigenen PR-Plattform Präsenz Schweiz die Gruppe Panorama 2000 gestaltet. Die Vorbereitungen für den Berg und seine Ausstellung im Inneren laufen auf Hochtouren. Ein japanischer Kontaktarchitekt versucht, die Fallen der interkulturellen Zusammenarbeit zu umschiffen.

• Manuel Salchli, bei Präsenz Schweiz zuständig für den helvetischen Auftritt an der Expo 2005 im japanischen Aichi, fasst das Projekt in zwei Sätzen zusammen: «Wir holten die Japaner mit einem Schweiz-Klischee ab: Dem Berg. Und in seinem Inneren führen wir sie dann auf spannende und innovative Weise an die Schweiz der Denker und Wissenschaftler von heute heran.» Denn eine Imagestudie in Japan habe gezeigt, dass unser Land zwar als Naturikone mit zauberhaften Landschaften bekannt ist, in den Bereichen Forschung und Bildungsstandort schnitt es dagegen schlechter ab als zum Beispiel Deutschland. Daher wird von Oktober 2004 bis Mitte 2006 in mehreren Städten Japans ein Rahmenprogramm stattfinden, das getreu dem Ziel von Präsenz Schweiz unser Land als Bildungs-, Forschungs- und Innovationsplatz bewirbt. Autorin des Projekts «Der Berg» ist die Gruppe Panorama 2000, die an der Expo.02 das Video-Panorama «Schweiz Version 2.1» in Jean Nouvels «Monolith» im Murtensee gestaltet hatte. Panorama 2000 ist ein heterogenes Kollektiv, dessen Anfänge in der Basler Kunstszenen liegen.

Heute umfasst das Team ein Dutzend Mitglieder: Künstlerinnen und Künstler, Architekten, Szenografen, Gestalter und die Projektleiterin Ursula Freiburghaus. Bei ihr liefen ab 1999 schon die Fäden des Murtener Panorama-Projekts zusammen, eine für sie wertvolle Erfahrung, deren Nutzen sie hoch einschätzt, um nun den Berg in Aichi zu stemmen. «Die Vorbereitung solcher Grossanlässe unterliegt einer ganz eigenen Dynamik. Man muss Krisen hinnehmen und vorbeiziehen lassen können, darf nicht irritiert sein, wenn immer wieder das ganze Projekt in Frage gestellt ist. An der Expo.02 haben wir gelernt, nicht aufzugeben und als Gruppe für uns und für einander zu schauen.»

Hülle und Innenwelt

In der Euphorie der Expo-Eröffnungswochen beschloss die Gruppe vor zwei Jahren, auch am Wettbewerb für die Weltausstellung 2005 teilzunehmen. So entstand «Der Berg», der sowohl eine spielerische Auseinandersetzung mit schweizerischen Themen ermöglicht, als auch das Thema der gesamten Ausstellung spiegelt, das «Die Weisheit der Natur»

1-2 Der Weg führt durch Blasen im Berg via «Monte-Rosa-Hütte» zum «Fuji-Point» unter dem Hallendach. Daneben ist der dreigeschossige Infrastruktur-Container.

3 Die gleichen Bilder wie auf dem Bildpanorama «Transfer» am Jubiläum der Raiffeisenbank Appenzell werden auf die Hülle aus Spanplatten geklebt. Bild: Studer / Van den Berg

4 Im Inneren des Bergs zirkuliert das Publikum durch fünf miteinander verbundene, transparente Luftkammern. Zwischen Blase und Hülle liegen die Ausstellungsobjekte verteilt. Visualisierung: Panorama 2000

heisst. Der Berg verkörpere «die duldende, wissende, alte, kraftvolle, strafende, erzählende und stoische Natur, die dem Mensch seine eigene Endlichkeit bewusst macht», steht in der Projektbeschreibung. Die metaphorische Hülle thematisiert also den vom Menschen vorgefundenen Raum in der Natur; das Innere, in dem die Ausstellung eingerichtet wird, widmet sich dagegen der kulturellen, von Menschenhand geschaffenen Welt.

Wie aber baut man einen Berg? «Im Prinzip errichten wir eine Unterkonstruktion aus Spanplatten in einer Dreiecksstruktur», erläutert Andreas Reuter vom Büro sabarchitekten in Basel. «Die Form des Bergs ist abstrakt. Auf die Konstruktion kleben wir eine riesige Membran, die mit einem Landschaftsbild bedruckt wird. Dieses wird am Computer dreidimensional entworfen und die räumliche Wirkung des Bergs wird verstärkt.» Diese in den Pavillon hineingefaltete alpine Gebirgshülle ist die Ikone und das Hauptereignis des schweizerischen Auftritts in Aichi. Entworfen wurden die Bilder vom Künstlerpaar Monica Studer und Christoph van den Berg. Realisiert wird der Bau von der Nüssli-Gruppe als Generalunternehmerin.

Bergtour für Japaner

Im Innern des Bergs ist eine Ausstellung zu sehen, die sich aus verschiedenen bereits existierenden Exponaten und Installationen zusammensetzt. So wird dem knappen Budget Rechnung getragen – das Parlament hat letztes Jahr für den Gesamtauftritt 15 Millionen Franken bewilligt. Zum Vergleich: Der umstrittene Beitrag («La Suiza non existe») hatte 1992 an der Ausstellung in Sevilla 32 Millionen und die Hannoveraner Expo 2000 23,5 Millionen gekostet. Die interessierten Besucher – geschätzt werden 95 Prozent japanisches Publikum – können auf ihrer inszenierten Bergtour dennoch vielseitige und spannende Einblicke in Kultur, Geschichte, Alltag und Kunst der Schweiz erleben.

Für die Ausstellung wurde mit diversen Institutionen zusammengearbeitet. «Vom Landesmuseum leihen wir uns ein Türgelholz aus, übernehmen einen Teil von Hans Ernis monumentalem Landi-Bild von 1939 und ein Modell von Pipilotti Rists Expo-Projekt», zählt Pius Tschumi, Szenograf bei Panorama 2000, einige Beispiele auf. Aus den Beständen des Alpinen Museums in Bern stammt eine Kirchturmspitze, die bei einem Unwetter vom Blitz getroffen wurde. In Zusammenarbeit mit der ETH Zürich wird das Modell einer neuen SAC-Hütte am Monte Rosa ausgestellt, das Studierende im Rahmen des 150-Jahr-Jubiläums der ETH entworfen haben. Auch Schweizer Design soll präsentiert werden, ebenso Raumfahrt und Sport, zum Beispiel bemüht man sich um Objekte zum Thema Alinghi.

Fuji-Point und Monte-Rosa-Hütte

So spektakulär wie der künstliche Berg selbst soll auch der Parcours durch sein Inneres werden. Gleich nach dem Eintritt werden die Besucher durch eine Multiscreen-Installation inhaltlich und emotional aufs Thema eingestimmt. Jenseits dieser Schleuse zirkuliert das Publikum durch fünf miteinander verbundene, transparente Luftkammern. Aus diesen Kammern heraus können die ausgestellten Objekte betrachtet werden. Dann gelangt man ins obere Stockwerk, in einen Nachbau der neu konzipierten Monte-Rosa-Hütte. Und ganz am Ende steht der «Fuji-Point», ein Aussichtspunkt, der den Blick vom Berg ermöglicht. Eine der grössten Herausforderungen sind die kulturellen Unterschiede zwischen der Schweiz und Japan, welche Planung und Rea-

lisierung des Auftritts erschweren. «Die bisherige Erfahrung zeigt», meint Projektleiterin Freiburghaus dazu, «wenn wir eng mit den Japanern zusammenarbeiten, ist das ziemlich speziell. Wir können gar nicht ahnen, wo überall Fettfäpfchen lauern. Oft ist nur schon die Kommunikation ein Problem: Haben wir eigentlich vom gleichen geredet? Haben wir uns über den fraglichen Punkt tatsächlich geeinigt?» So war etwa der japanische Norm-Pavillon, in dem der Berg errichtet wird, bereits gebaut, als die Entwerfer noch über die Pläne diskutierten. Und dann selbstverständlich nicht nach den Vorgaben der Autoren, was wiederum zu Adaptionen des Projekts führte.

Dennoch sieht Architekt Andreas Reuter gerade in diesen Schwierigkeiten den eigentlichen Reiz. «Es ist ein tolles Erlebnis, so ein Projekt mit Leuten aus einer anderen Kultur zu machen. Bei aller Komplikation ist das eine sehr gute Erfahrung.» Positiv ausgewirkt habe sich zudem, dass seit Anfang Jahr ein Kontaktarchitekt aus Japan Abklärungen trifft und Behördenbewilligungen einholt. Aus der Schweiz hätte man sich auf keinen Fall alle nötigen Informationen beschaffen können. Und andere europäische Länder können nun von den Schweizer Erfahrungen profitieren: Da unser Land so früh gestartet ist, kommt ihm bei der Realisierung der Weltausstellung bereits eine Art Vorreiterrolle zu. •

«Der Berg»

Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2005 in Aichi, Japan

--- Bauherrschaft: Schweizerische Eidgenossenschaft, vertreten durch Präsenz Schweiz, Bern
--- Projekt: Gruppe Panorama 2000
--- Auftrag: Wettbewerb
--- Generalunternehmer: Nüssli-Gruppe
--- Budget für den Gesamtauftritt:
CHF 15 Mio.



3



4