

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 83 (2003)
Heft: 12-1

Artikel: Wünsche versenken : ein ernsthaftes Spiel
Autor: Keller, Anne / Hunziker, Jean-Marc / Renninger, Suzann-Viola
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-166822>

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: 19.02.2026

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

Suzann-Viola Renninger

WÜNSCHE VERSENKEN – EIN ERNSTHAFTES SPIEL

Ein Interview mit den Sponsoren von sWISH*

sWISH, der Pavillon zum Träumen in Biel, gehörte zu einem der beliebtesten Ausstellungsprojekte der Expo.02. Er wurde in Zusammenarbeit mit dem Verein Expo, einem Team von Künstlern, Szenographen und Architekten sowie Vertretern der IBM und der Swiss Re realisiert. Wir sprachen mit Anne Keller, Head Brand Management Swiss Re und Co-Projektleiterin sWISH*, und Jean-Marc Hunziker, ehemals Leiter der Bereichs Marketing bei IBM und Projektleiter von sWISH*. Das Interview führte Suzann-Viola Renninger.*

Frau Keller, Herr Hunziker, in einer Zeit, in der vor allem Zahlen und Fakten zählen, haben sich Swiss Re und IBM mit ihrem Projekt sWISH* an ein weiches Thema gewagt, in dem sich alles um Wünsche und Träume dreht. Was gab den Ausschlag zu einem solchen Engagement an der sechsten Landesausstellung der Schweiz?

Anne Keller: Wir wollten in ein kulturelles Thema investieren, das die Gesellschaft bewegt und zugleich unsere unternehmerischen Werte thematisiert. Es war uns wichtig, dass in dem Projekt der Mensch im Mittelpunkt steht und nicht eine globale Firma und ihre Dienstleistungen. Menschliches Handeln und die Risiken, die dadurch entstehen, sind letztlich auch eine Grundlage unseres Geschäfts.

Jean-Marc Hunziker: Als der Geschäftsleitung der IBM die Projektidee vorgestellt wurde, war sie begeistert. Man wollte sich an ein offenes Thema wagen, welches für die IBM genauso wichtig ist wie für die Gesellschaft. Wir wollten einen aktiven Diskurs über Realität und Utopie anstoßen. Mit der Beschränkung auf die Rolle, die Landesausstellung lediglich mit Bürokommunikation auszurüsten, wäre die IBM ihrem Selbstverständnis nicht gerecht geworden.

Das heisst, Sie haben mit sWISH Imagearbeit leisten wollen, ohne Ihre Produkte in den Vordergrund zu stellen?*

Jean-Marc Hunziker: Genau, wir wollten nicht nur inhaltlich kommunizieren, sondern unterschiedlich über die hohe Qualität des Projekts.

Anne Keller: Der Swiss Re war klar, dass der materielle *Return on Investment* bei solch einem Projekt nicht ausschlaggebend sein kann. Was uns nach unserem Engagement für die Landesausstellung – auch im Sinne von *good corporate citizenship* – bleibt, ist der

indirekte Nutzen. Wir haben ein gesellschaftliches Grossereignis unterstützt, das möglicherweise dazu führt, dass viele Besucher neue Impulse zur Frage der Zukunft dieses Landes gewonnen haben. Und die Arbeit an der Zukunft gehört zu unserer Kernaufgabe.

Gab es denn auch Überraschendes für Sie?

Jean-Marc Hunziker: Was mich verblüffte, war die Ernsthaftigkeit der Menschen. Im Wunschkpavillon konnten die Besucher ihre Wünsche eingeben, an einem Touchscreen mit virtueller Tastatur. Die Wünsche wurden dann auf die Oberfläche des unter dem Pavillon liegenden Sees projiziert und so symbolisch dem Wasser übergeben, wo sie sich überlagerten und langsam auflösten.

Wir haben zuerst gedacht, die Frage nach den Wünschen würde als Spiel aufgefasst und erwartet, dass etwa Ferraris oder teure Villen gewünscht würden. Doch die meisten Menschen äusserten emotionale Wünsche. Kinder etwa haben sich kein Spielzeug gewünscht, sondern dass ihre Eltern besser miteinander auskommen. Und viele Erwachsene haben sich einen Partner gewünscht. Beim Hinausgehen haben die Menschen dann über ihre Wünsche diskutiert. Das waren für mich die berührendsten Momente.

Anne Keller: Die Technik, mit der die Idee realisiert wurde, die Wünsche in den See fallen zu lassen, war sensationell. Denn sie war einfach und einladend. Sie bildete für keine Altersklasse ein Hindernis. Jeder konnte mir ihr umgehen.

Jean-Marc Hunziker: Ja, die Technik stand im Hintergrund ...

... und damit auch eine der Kernkompetenzen der IBM?

Jean-Marc Hunziker: Im Gegenteil: Die IBM wollte mit sWISH* nicht primär ihr

sWISH* ist der Name eines Ausstellungsprojekts auf der Arteplage in Biel im Rahmen der Expo.02, der Schweizer Landesausstellung im Jahr 2002. Im Inneren eines schwarzen, kubischen Pavillons, begrüßt und begleitet von Feen und anderen Fabelwesen, entlang von Vitrinen mit Wimpern und Sternschnuppen, kann schliesslich ein Raum betreten werden, dessen Glasboden sich vier Meter über dem Bieler See befindet. Die Besucher können hier ihre Wünsche mit Hilfe eines berührungssensiblen Bildschirms eingeben. Die Wünsche werden auf die Oberfläche des Sees projiziert, um dann unter den Augen der Wünschenden langsam zu verblassen.

Know-how in der Technologie unter Beweis stellen, sondern ihre soziale Kompetenz. Wir haben noch immer zu sehr den Nimbus eines reinen Technologiegiganten. Wir wollten mit der Realisierung des Projekts klar machen, dass für uns der Mensch entscheidend ist und die Technologie immer nur dazu da ist, um für bestimmte Situationen eine Lösung zu schaffen.

Und welche Botschaft stand für die Swiss Re im Mittelpunkt?

Anne Keller: Wir wollten an einem Projekt mitwirken, dessen Bedeutung sich nicht auf die Dauer der Ausstellung beschränkt, sondern einen längerfristigen Lernprozess ermöglicht. Da alle Wünsche in einer Datenbank gespeichert sind, haben wir eine Basis für ähnliche, zukünftige Projekte geschaffen. Damit wird eines der Hauptanliegen der Swiss Re demonstriert: Nachhaltigkeit. Deswegen wurde das Projekt ja auch von Anfang an von einer quantitativen Studie der Universität Zürich begleitet. Eine Wiederholung der wissenschaftlichen Studie, etwa in 10 Jahren, könnte Veränderungen im Schweizer Stimmungsbild aufzeigen.

Auf diese Weise haben Sie nebenbei auch noch der Wissenschaft zu Öffentlichkeit verholfen.

Anne Keller: Das sWISH*-Projekt hat überhaupt erst gezeigt, dass Wünschen ein Thema ist, das durchaus wissenschaftlich aufgearbeitet werden kann. Denn Wünsche sind vorgelagerte und verborgene Entscheide über die Zukunft. So utopisch sie sich auch in der Gegenwart präsentieren, sie enthalten stets einen Kern der Wahrheit.

Jean-Marc Hunziker: Und was in einer wissenschaftlichen Studie allein trockener Stoff gewesen wäre, wurde durch die Darbietung im Pavillon unmittelbar verständlich. Interessant ist auch, dass der einzelne Mensch, der sich etwas wünscht, viel berührender ist als das Resultat einer wissenschaftlichen Studie.

Anne Keller: «Der einzelne Mensch» gibt mir das Stichwort, um auf die interne Wirkung des Projekts zu sprechen zu kommen. Wir befinden uns in einer sich zunehmend globalisierenden Welt. Dass uns gesellschaftliche Themen bis hin zur individuellen Ebene wichtig sind, das haben die Studie, das Projekt und seine Inszenierung gezeigt. Die positiven Rückmeldungen waren beeindruckend, Tausende von Mitarbeitenden der IBM und der Swiss Re haben den Pavillon besucht.

Die IBM hat noch immer zu sehr den Nimbus eines reinen Technologiegiganten.

Eines der Hauptanliegen der Swiss Re ist Nachhaltigkeit.

Wurden alle Ihre Wünsche erfüllt? Hätten Sie sich bei der Entwicklung und der Durchführung des Projekts sWISH irgendetwas anders gewünscht?*

Jean-Marc Hunziker: Nein, nichts. Es gab sehr emotionale Momente, aber alle Konflikte wurden fruchtbar ausgetragen.

Anne Keller: Auch die doch neuartige Partnerschaft zwischen Swiss Re und IBM war hervorragend. Neuartig daran ist, dass auch zwischen Sponsoren eine echte Partnerschaft entstehen kann. Zudem ist es gelungen, alle Partner über gut drei Jahre hinweg einzubinden: Künstler, Wissenschaftler und die Expoleitung. sWISH* hat für alle Beteiligten deutlich gemacht, was aus guter Zusammenarbeit entstehen kann.

Das klingt ja alles unglaublich harmonisch. Gab es gar nichts Kritisches, Subversives? Keine Verwünschungen, die ihren Schatten auf das Projekt warfen?

Jean-Marc Hunziker: Die Schweiz ist ein pragmatisches Land, und pragmatisch waren auch die Mehrzahl der Wünsche.

Die Wünsche waren also erfüllbar?

Jean-Marc Hunziker: Ja, gemäss der Studie Wunschlandschaft Schweiz wünscht der Schweizer pragmatisch, wohl weil er sich nichts wünschen will, das er nicht kriegen kann. Verwünschungen gab es nur sehr, sehr wenige. Soziologisch gesehen, waren die Wünsche ein Ausdruck dafür, dass die Schweiz eine privilegierte Nation ist.

Ein abschliessendes Statement?

Anne Keller: Mich begeistert am meisten, dass sWISH* seine Besucher fast ausnahmslos berührt hat. Auch unternehmensintern wurde ein Wir-Gefühl gefördert, auf das die Projektgeber stolz sein dürfen.

Jean-Marc Hunziker: Wir sind absolut zufrieden. Wenn ich zurückdenke, dann war die Expo ja bis kurz vor ihrer Eröffnung mit einem hohen Risiko belastet. Es hätte mehrmals alles scheitern können. Dass aus der Expo.02 ein Grosserfolg geworden ist und dass der Betrieb im sWISH*-Pavillon absolut reibungslos gelaufen ist, darüber sind wir froh. Niemand konnte das voraussagen. Dazu braucht man einfach auch ein bisschen Glück ...

... das braucht man wohl immer, wenn Wünsche in Erfüllung geben sollen. Frau Keller, Herr Hunziker, ich danke Ihnen für das Gespräch. ♦