

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 92 (2005)
Heft: 6: Beliebte Orte = Lieux prisés = Popular places

Artikel: Weisheit der Natur : Expo 2005, Aichi, Japan
Autor: Handlbauer, Kurt
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-68483>

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: 14.04.2026

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

Weisheit der Natur

Expo 2005, Aichi, Japan

«Weisheit der Natur» ist das Leitmotiv der diesjährigen Weltausstellung in der japanischen Präfektur Aichi, die vom 25. März bis zum 25. September 2005 über die Bühne geht. Rund um die klangvollen Subthemen «Matrix der Natur», «Kunst des Lebens» und «Entwicklung von nachhaltigen Formen des Zusammenlebens» spannt sich das weite Spektrum der Beiträge. Im Hinterland von Nagoya, in unmittelbarer Nähe zur Autostadt Toyota liegt das 187 Hektar grosse Areal, welches nach Ablauf der Ausstellung wieder in den ursprünglichen Naturzustand rückverwandelt werden soll. Aufwändige Strasseninfrastruktur und eine eigens konstruierte Hochbahn, basierend auf dem relativ neuen Prinzip des magnetfeldbetriebenen Linearmotors, werfen allerdings die Frage auf, ob eine schonende Nachnutzung des Geländes nicht die sinnvollere Lösung darstellen würde. Auf jeden Fall lässt sich – um dem Leitthema der Expo zumindest auf den ersten Blick gerecht zu werden – die Idee des vollständigen Rückbaus einfacher kommunizieren.

Das Thema Nachhaltigkeit stand auch Pate für die Idee, die Länderpavillons, welche sich in kontinentalen Clustern neben den Firmenpavillons und der Japanzone befinden, in standardisierten Industriehallen unterzubringen. Die jeweiligen Länder repräsentieren sich somit über den Inhalt der knapp 700 Quadratmeter grossen Boxen und die unterschiedlich gestalteten Hüllen. Demgegenüber stehen die Pavillons der Firmen und die Gebäude der Japanzone, welche in unterschiedlicher Ausdrucksstärke ihre bauliche Identität aus dem hier spezifischen Architekturkonzept beziehen. Die infrastrukturellen Gebäude im Inneren des Expo-Areals und der aufgeständerte Holzsteg, das zentrale Verbindungselement der verschiedenen Zonen, versuchen über die leicht demontierbare Stahlkonstruktion und die unbehandelten Hölzer dem Thema Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Im Prinzip sind das alles be-

kannte Strategien, welche sich wahrscheinlich in Energiebilanzen positiv nachweisen lassen. Es stellt sich allerdings gerade in diesem Zusammenhang die Frage, ob eine Weltausstellung nicht viel mehr als Experimentierfeld zu verstehen wäre, das auch das Bauen an sich als Werkzeug in eine kreative Auseinandersetzung mit dem gestellten Thema einbezieht und somit eine «nachhaltige» Wirkung entfacht.

Ein Blick zurück auf die EXPO 1970 in Osaka zeigt das Potential, welches in so einer Veranstaltung liegen könnte: Vor allem die damaligen Beiträge der japanischen Metabolisten haben mit Pilotprojekten modularer Bausysteme die Bauindustrie nachhaltig beeinflusst. Natürlich hat sich der Kontext einer Weltausstellung völlig verändert. Die Zeichenhaftigkeit, ehemals Trademark einer solchen Veranstaltung, verschiebt sich im Zeitalter der Globalisierung in Richtung einer Plattform für Wirtschaftskontakte. Auch die globale Vernetzung bringt die Exklusivität einer derartigen Veranstaltung stark ins Wanken. Doch gerade in Zeiten eines Ressourcendruckes wäre es eine wichtige Botschaft, der kreativen Auseinandersetzung auf baulicher Ebene gegenüber einer technokratischen Herangehensweise Priorität einzuräumen.

Die eigentlichen Inhalte der Pavillons sind geprägt durch qualitativ sehr unterschiedliche Formen der Informationsvermittlung. Grob zusammengefasst lassen sich drei unterschiedliche Strategien ausmachen, die auch in unterschiedlicher Form und Intensität das Thema der EXPO kommunizieren. Während die Firmenpavillons

vor allem auf aufwändige inszenierte Spektakel setzen, die den Besucher in die passive Rolle des Konsumenten versetzen, gelingt es einigen Länderpavillons, den Besucher auf intelligente Art und Weise in das Konzept der Informationsvermittlung zu integrieren. Daneben existiert eine Unzahl von konzeptlosen Pavillons, die scheinbar zufällig Versatzstücke des jeweiligen Landes in losem Rahmen aneinanderfügen und die Pavillons hauptsächlich als Verkaufsplattform nutzen.

Während die japanischen Firmen ihre Kernkompetenz als Vorreiter im Technologiesektor in den Vordergrund stellen – das Thema Robotik nimmt neben neuartigen Formen automatisierter Verkehrssysteme eine zentrale Rolle ein – sind es vor allem europäische Pavillons, die sich auf inhaltlicher Ebene dem Thema nähern. Beachtenswert ist in diesem Zusammenhang die Videoinstallation für den französischen Pavillon von Jean-Michel Frère, der in einem eigens geschaffenen Immersionstheater – einer Box, deren Innenseiten vollflächig als Projektionsflächen dienen – die soziale Dimension einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung thematisiert. Die gerechte Verteilung von Gütern und Arbeit ist eine Botschaft, die als klares Statement bleibt.

Thematisch völlig anders präsentiert sich der Schweizer Pavillon, der sich vor allem mit Fragen der schweizerischen Identität in Japan beschäftigt. Ausgehend von Hans Erni's «Landbild» von 1939 wird versucht, Klischeebilder der Schweiz zu dekonstruieren und durch wissenschaftsorientierte Inhalte das vorhandene Bild der Schweiz in Japan zu erweitern. Die Gruppe Panorama 2000 –

Bild: Kurt Heroldbauer



ein Kollektiv aus Architekten und Künstlern, das bereits das Interieur in Jean Nouvels Monolith an der schweizerischen Expo 02 gestaltete – schuf unter dem schlichten Titel «Yama – The Mountain» eine artifizielle Berglandschaft, die sowohl im Inneren als auch auf ihrer Oberfläche erlebbar ist. Durch diese autonome Struktur gelingt es auch, im Innenraum der vom Veranstalter zur Verfügung gestellten Industriebox einen aussenraumähnlichen Bereich zu schaffen. Das integrierte Panoramarestaurant, von dem aus die künstliche Berglandschaft visuell erfasst werden kann, verstärkt diesen Effekt zusätzlich. Sämtliche Elemente innerhalb des Pavillons weisen so einen wechselseitigen räumlichen Bezug auf und fügen sich zu einem schlüssigen räumlichen Gesamtkonzept. Ausgestattet mit einer umgebauten Taschenlampe der Schweizer Armee werden die Besucher in eine düstere, stumme Unterwelt geschickt. Das höhlenartige Innere der Berglandschaft beherbergt eine aus Kulturgegenständen gestaltete Sammlung. Diese Unmenge an Objekten werden mit fünf «Blasen» – mit transparenter

Plastikfolie bespannte Metallstrukturen, denen jeweils ein Thema zugeordnet ist – auf Distanz gehalten. Über Sensoren, die in unmittelbarer Nähe der ausgestellten Artefakte positioniert sind, kann mit der Taschenlampe ein Kommentar aktiviert werden, der über einen im Lampengehäuse eingebauten Minilautsprecher abgehört wird. Die Besucher werden so zu Forschern, die das Innere in ihrem eigenen Tempo und den eigenen Interessen folgend erkunden. Herausgeholt aus der passiven Konsumentenhaltung wird ihnen eine aktive Rolle im Vermittlungsprozess zugeordnet. Im letzten Teil des Höhlensystems thematisiert ein Forschungsprojekt der ETH Zürich anhand der Neukonzeption der Monte Rosa-Hütte Strategien zum Bauen in hochalpinen Lagen. Von dort aus taucht man über eine treppenartige Struktur auf ein Hochplateau, das den Blick auf die von Monica Studer und Christoph van den Berg gestaltete Oberfläche freigibt. Das Hochplateau dient auch als beliebte Fotokulisse: ein augenzwinkerndes Zugeständnis an all jene, die es noch nicht bis in die Schweiz geschafft haben. Kurt Handlbauer



Bild: pd



Bild: pd, rechts: Kurt Handlbauer

