



## Expo 2005 Aichi, Japan — Schweizer Pavillon

### Die Medien der Ausstellung

Im Rahmen der Weltausstellung Expo 2005 in der japanischen Präfektur Aichi hatte iart als Teil der Autorengruppe 'Panorama2000' und als medienverantwortliche Partnerin des Schweizer Pavillons die Aufgabe, ein Konzept zu verwirklichen, das zugleich der Besucherführung, Inhaltsvermittlung und Inszenierung diente und sehr eng mit der Ausstellung verknüpft war.

Die Autorengruppe füllte den Pavillon mit einem Berg, der oberflächlich gesehen alle Klischees bestätigte, im Inneren

jedoch über Exponate aus unterschiedlichen Schweizer Institutionen tiefer in die Schweizer Kulturgeschichte, Umweltforschung und technologische Entwicklung einsteigen liess. Der Audioguide in Form einer gebrauchten Schweizer Militärtaschenlampe mit neuer Elektronik spielte Klänge, Geräusche oder Informationen zu den angeleuchteten Exponaten ab. Der Abstieg durch das Tal war von Klängen der Schweizer Bergwelt begleitet.



### Die Ausstellung

Ausgehend von einem ca. 35 x 35 x 10 Meter grossen leeren Pavillon galt es, die Schweiz entsprechend dem Expo-Leitmotiv 'Weisheit der Natur' als naturnahes, umweltbewusstes und innovatives Land zu präsentieren. Die Autorengruppe entschloss sich, die Besucher zunächst mit einem klischeehaften Bild von der Schweiz zu konfrontieren, um dieses im Verlauf der Begehung zu erweitern und neu zu prägen. Eine nahezu raumfüllende Berglandschaft mit einer darin angesiedelten Ausstellung war das Resultat. In die Themenschwerpunkte 'Swiss Myths', 'Visions', 'Risks and Caution' und 'Top of Science' gegliedert, spiegelte die Ausstellung mit ihren 100 Exponaten die Tradition und zugleich die Zukunftsausrichtung der Schweiz wider.

Bei der Ausstellungsgestaltung waren zunächst praktische Voraussetzungen massgebend, wie die zu erwartenden hohen Besucherzahlen und die Klimabedingungen. Zum Schutz vor unvorsichtigen Besuchern und Klimaschwankungen wurden

die Exponate entlang der Innenwände des Bergs gruppiert und von kuppelförmigen Räumen mit transparenter Aussenhaut umschlossen. So ergab sich gewissermassen eine umgekehrte Vitrinen-Situation, was nicht nur der Gliederung der Objekte diene, sondern auch eine kostengünstige, energiesparende Klimatisierung der Exponate ermöglichte.

Der fünfte und letzte so genannte 'Bubble' war weiss beschichtet und in sich geschlossen. In diesem Raum wurde ein atmosphärisches Gesamterlebnis aus Licht, Klang und Projektionen zum Thema 'Monte-Rosa' geboten — ein Projekt der ETH Zürich, das den Neubau der SAC-Hütte auf dem Berg Monte Rosa beinhaltet.

Eine Treppe führte hinaus auf die Aussichtsplattform des künstlichen Bergs. Der Abstieg durch das Tal wurde von Naturgeräuschen begleitet.



### Die Medien

Die Medien fügten sich optimal in das Gesamtkonzept des Pavillons ein: Klangkulissen, Video-Installationen und Projektionen trugen zur Stimmung und Inhaltsvermittlung im Berg bei.

Sämtliche Medienkomponenten waren vernetzt und konnten vom zentralen Leitsystem choreografiert werden. Zum Beispiel wurden eigens für den Pavillon verfasste Haikus — Gedichte in einer traditionellen Kleinform der japanischen Literatur — im Dreiminutentakt auf allen Bildschirmen und Projektionsflächen eingeblendet, um die Präsentation und den Besucherstrom zu rhythmisieren.

Die zum Guidesystem ausgebaute historische Schweizer Armeetaschenlampe lenkte besondere Aufmerksamkeit auf sich und diente der Ausstellung und den Exponaten in vielerlei Hinsicht. 948 ausrangierte Exemplare aus den Jahren 1928 bis 1942 wurden von der Schweizer Armee dafür zur Verfügung gestellt.

Einerseits stellte das Produkt selbst eines der Originale der Ausstellung dar — mit der Besonderheit, dass man es in die Hand nehmen und benutzen konnte. Andererseits konnten die Exponate durch die Taschenlampe vor ständiger Lichteinwirkung bewahrt werden: Die Ausstellung befand sich im Dämmerlicht, bis der Besucher selbst mithilfe der Taschenlampe Spots aktivierte, die den Exponaten zugeordnet worden waren. Ausser zur Lichtsteuerung diente die Taschenlampe als Audioguide zur Kontextualisierung der Exponate. Denn zugleich mit dem Licht wurden dem Besucher Sprachinformationen über einen Lautsprecher in der Taschenlampe zugespielt. Aufgrund dieser im doppelten Sinne einleuchtenden Funktion der Taschenlampe wurde die Interaktion von jedem Besucher unwillkürlich eingeleitet. Als Nebeneffekt animierte das Gerät auch zu weiteren Interaktionen zwischen den Besuchern und führte zu lebhaftem Austausch untereinander.



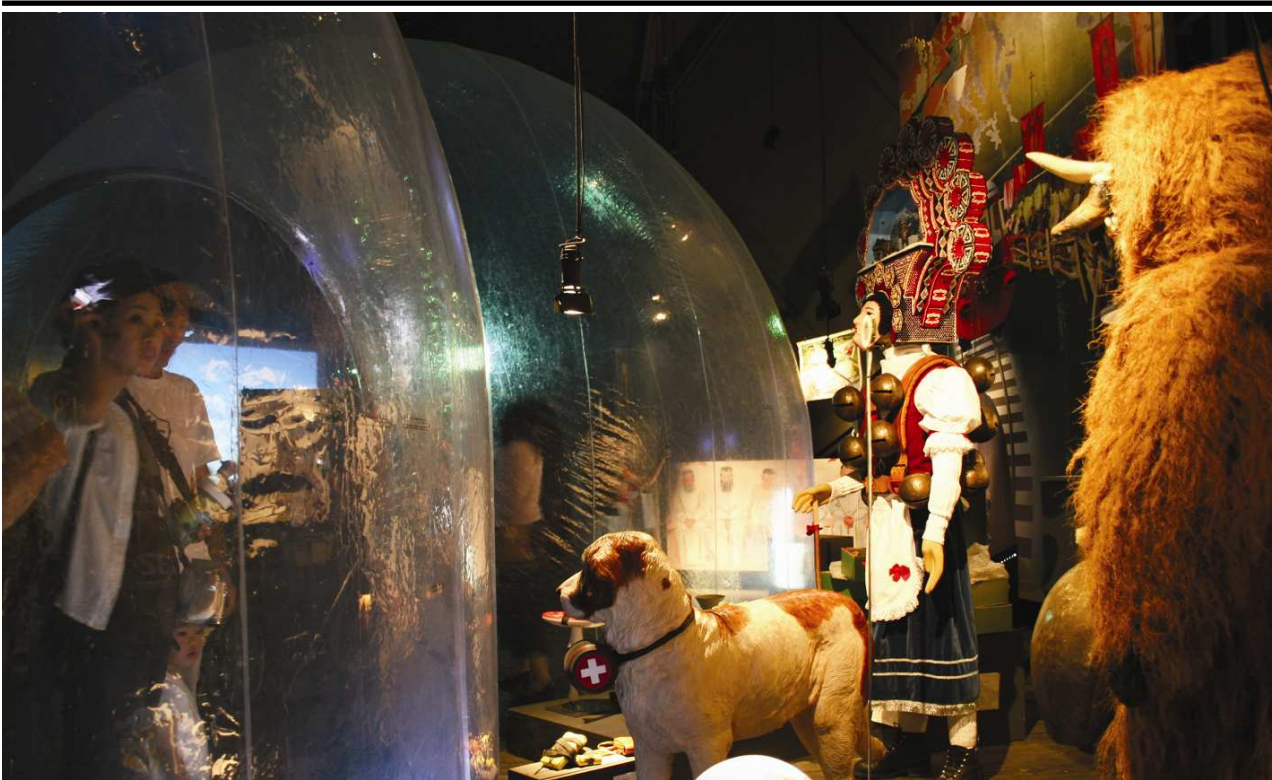
Aussichtsplattform des Berges

### Nachbereitung

Zur Erinnerung an den Pavillon erhielt jeder Besucher am Ende des Rundgangs ein kleines Leporello, das mit einem Hinweis auf die Internetseite des Schweizer Beitrags versehen war. Die Seite enthielt weiterführende Informationen zu den Exponaten und erreichte mit 700 000 Zugriffen nahezu die Besucherzahl des Pavillons von einer Million.

### Credits

150 Jahre ETH, Zürich / Advocacy AG / AlpTransit Gotthard AG / Appenzeller Brauchtumsmuseum, Urnäsch / Archäologischer Dienst des Kt. Bern / Archäologischer Dienst, Graubünden / Bernet und Sommerhalder, Zürich / BLS Alp Transit / Breitling Orbiter / Catpics AG / CERN, Genf / Demac Schweiz AG / ECAL / EPFL / ETH Zürich, Institut für Geodäsie und Photogrammetrie / ETH Zürich, Studio Monte Rosa / Silvie Fleury / Geparad TV, Zürich / Hans Erni Stiftung / Galerie Hauser & Wirth, Zürich / Heller Enterprises, Zürich / Herrenknecht AG / Historisches Museum Bern / Galerie Peter Kilchmann, Zürich / Hochparterre AG / Hocoma AG / Huber Autoverwertung / Kempf Kunstberatung / Zilla Leutenegger, Zürich / Michael van Orsouw, Zug / Tobias Madörin / Marti Tunnelbau AG, Bern /



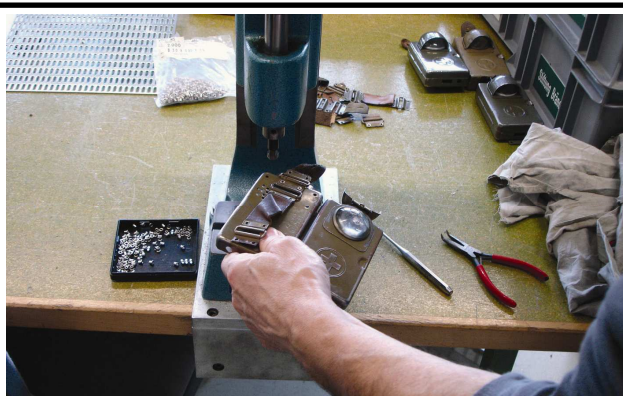
Ausstellung im Berg (Foto David Buser)

Medizinhistorisches Museum Zürich / Samuel Michel, Grindelwald / Musée Olympique Lausanne / Marie-Therèse Nadig / Seiko Nakajima / Naturhistorisches Museum Bern / Naturmuseum St. Gallen / Bertrand Piccard, Lausanne / Pidu Russek, Männedorf / Pipilotti Rist, Zürich / Pro Specie Rara / Rast Architekten, Bern / Rosston Jean, Zürich / Karl Schaffner, Brunegg / Schweizer Alpen-Club SAC / Schweizerisches Alpines Museum Bern / Schweizerisches Landesmuseum / Sika AG / SRG SSR idée suisse / Stadtarchiv, Zürich / Stiftung für Kunst, Kultur und Geschich-

te, Winterthur / Simon Squaratti, Gondo / Swiss Re / Bernhard Russi / Swiss Space Office / swissinfo SRI / Talmuseum Ursern / Universität Basel, Seminar für Volkskunde/Europäische Ethnologie / Universität Zürich, Artificial Intelligence Lab / Universität Zürich, Institut für Hirnforschung / Université de Genève / Verkehrshaus der Schweiz / Völkerkundemuseum der Universität Zürich / Verkehrsverein Val Lumnezia / Völkerkundemuseum der Universität Zürich / Xavier Koller, Wildhaus CA



Holzkonstruktion des Bergs



Umbau der Taschenlampe

---

#### Kunde / Auftraggeber

Präsenz Schweiz, Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten

#### Leistungen iart

Medienkonzeption und -planung der multimedialen Installationen und des Guidesystems. Realisierung zusammen mit Kunstumsetzung GmbH Audioproduktion. Betrieb und Wartung vor Ort

#### Medien

1000 Audioguides tegoro c100 (Custom Design Taschenlampen)  
Atmosphärische Klanginstallation  
Video-Installationen  
Projektion

---

#### Projektpartner

Panorama2000 (Ursula Freiburghaus, Claudia Müller, Julia Müller, Andreas Reuter, Dominique Salathé, Valentin Spiess, Juri Steiner, Monica Studer, Christoph van den Berg, Volker Trommersdorff, Pius Tschumi, Emanuel Tschumi),  
Konzeption  
tegoro solutions ag, Technische Umsetzung und Aufbau

#### Projektdauer

1,5 Jahre

#### Eröffnung

25. März 2005

#### Ausstellungsdauer

25.03. — 25.09.2005

#### Ausstellungsfläche

1300 m<sup>2</sup>