

Interview mit:

Martin Heller

Die Schweiz kann allerlei, doch in kultureller Kompetenz hinkt sie hintennach. Das ist die Chance der Expo, sagte sich Martin Heller, als er vor drei Jahren seine Arbeit als Directeur artistique aufnahm. Die Situation war konfus, sein Kredit gering, die öffentliche Stimmung miserabel. Heute hat Heller allseits Respekt: bei den wirtschaftlichen Partnern, bei Politikern, bei Kulturschaffenden. Mit welchem "Marketing" hat er das geschafft? Sein Schlüsselwort heisst "kulturelle Identität". Interview: Ludwig Hasler

“Als ich vor drei Jahren begann, musste ich mir sehr rasch ein intellektuelles Grundgefüge zurechtlegen.”

“Dass sie ein Projekt ist, heisst, sie ist etwas, das seine Kraft daraus bezieht, dass es ein Ende hat.”

“Und wie in kirchlichen Festen sind für mich Künste immer auch ein Mittel zum Zweck.”

“Das Beste der Schweizer Landschaft beisammen: Wasser, Wein, Licht, Berge, Grün.”

“Diese Ästhetik wirkt durch die Art und Weise, wie sie gemacht ist und wie sie durchgesetzt ist mit den Banalitäten des Festes.”

“Wie geht man mit solch einem Problem um, wo hört die Blauäugigkeit auf und wird nur noch zur Naivität?”

“Wenn ein Wir-Gefühl sich aber entzünden lässt, dann stiftet es eine Art Identität, die keine nationale Identität ist, sondern die Identität eines Territoriums, eines Lebensraumes.”

Was macht der Geburtshelfer nach der Geburt? Konkret: Was macht Martin Heller am 16. Mai, an dem Tag, nach dem der Expo-Zauber gezündet wurde?

“Die Geburt wird sich hinziehen. Das Kind braucht noch wochenlang Nachbetreuung. Ich werde verbessern, vermitteln, repräsentieren, debattieren. Es gibt dazu viele Anfragen, und ich werde ihnen gerne nachkommen. Schliesslich liegt ein Teil der Wirkung der Expo auch darin, dass bestimmte Fragen aus dem Ganzen herausgeschält und ins richtige Licht gerückt werden. Überrascht haben mich die Anfragen für Vorträge und Diskussionen ausserhalb der Arteplages. Die zielen, bereits wenige Wochen nach der Eröffnung, auf Auswertung. Zum Beispiel will der Club der Harvard-Absolventen Sinnfragen erörtert haben. Ein interessantes Publikum für die Auseinandersetzung über kulturelle Aspekte in der Ökonomie. Solche Foren der Auswertung sind wichtig mit Blick auf das dritte Leben der Expo, nach dem 20.Oktober.”

Aus dem anfänglich skeptisch bis feindselig verfolgten Martin Heller scheint ein allseits gefragter und respektierter Mann geworden zu sein. Wundert Sie das selber? Oder wollen Sie mir verraten, mit welchem “Marketing” Ihnen das gelungen ist?

“Erst einmal: Die Ausstellung hat noch nicht begonnen. Und Zuneigung kann auch schnell wieder umschlagen. Aber: Ausschlaggebend für den Umschwung war sicher der lange Atem – und die Konsistenz der Argumentation. Ich habe zwar dauernd dazugelernt, meine Grundanschauung jedoch nie korrigieren müssen. Als ich vor drei Jahren begann, musste ich mir sehr rasch ein intellektuelles Grundgefüge zurechtlegen: Was kann die Expo in unserer gesellschaftlichen Situation sein – und was nicht? Wie verhält sie sich zu ihrer eigenen Geschichte? Die erste Grundannahme hiess: Eine Ausstellung für alle – also weg von den berühmten fünf Prozent, die Kultur in ihrer Freizeit nutzen, hin zu praktisch hundert Prozent, also tendenziell zu allen, die in der Schweiz leben.”

Damit liefen Sie der Kulturkritik auch gleich ins Messer.

“Natürlich. Eine Ausstellung für alle: Das heisst normalerweise, es konzipiert einer im Glattzentrum eine Ausstellung mit Krippenfiguren – das ist für alle. Dass einer wie ich das sagt und dem auch nachlebt, das wurde lange gar nicht verständlich. Wogegen viele wirtschaftliche Partner mir das im besten Sinne abkauften. Sie glaubten es, weil sie auch stets Einblick in die Werkstatt der Ideen hatten.”

Und nebst der “Ausstellung für alle” – was gehörte weiter zur Konsistenz der Argumentation?

“Die Definition. Was ist die Expo generell? Auch das war mir immer klar: Sie ist nicht bloss eine einzige Sache. Sie ist: eine Ausstellung, ein Fest, ein Projekt. Ausstellung ist einigermassen

klar, auch wenn die Leute nicht wissen konnten, was sie im Einzelnen erwartet. Dass die Expo ein Fest ist, versuchten wir immer mehr in den Vordergrund zu rücken. Dass sie ein Projekt ist, heisst, sie ist etwas, das seine Kraft daraus bezieht, dass es ein Ende hat. Das entsprach der Sichtweise vieler Partner, die wegen der Expo ein Projekt ausserhalb des Daily Business etablieren mussten, mit speziellen Verfahrensformen und Finanzierungen – bis hin zur Evaluation und zum Controlling. Überdies rechnet ein Projekt sich anders, mit einem innovativen Anteil darin und mit einem Lernpotenzial, das man sich im Alltag nicht gestalten kann.”

Die Argumentation wirkt klar, eingängig. Und hat in der öffentlichen Kommunikation mit der Zeit überzeugt – wengleich erst so richtig, nachdem erste Anschauungen möglich wurden. Aber ich nehme doch an, dass dieses Basis-Argumentarium nicht schon hinreichte, wirtschaftliche Partner zum Mitmachen zu überzeugen.

“Als ich zur Expo kam, gab es keine Überlegung, kein Argumentarium, wie einem Wirtschaftspartner zu erklären sei, warum er mitmachen sollte. Also musste ich schleunigst etwas entwickeln, um den Geschäftsleitungen ehrlich zu sagen, was sie von unserer Expo haben können. Das ging, kurz gesagt, etwa so: Ihr könnt in der Expo – innerhalb der geltenden Spielregeln – zwar nicht Bandenwerbung kaufen, aber ihr könnt euch für einmal völlig anders zeigen. Ihr könnt zum Beispiel soziale Verantwortung demonstrieren. Oder ihr könnt euer Image anders positionieren, indem ihr euch mit Themen liiert. Ihr könnt von der Zusammenarbeit mit Kulturschaffenden profitieren. Zu den Designern sagten wir: Die Expo gibt euch die Chance, für einmal nicht mit eurem Produkt arbeiten zu müssen. Ihr könnt in einer Zeit, da viele Produkte verwechselbar geworden sind, vom Produkt abstrahieren und einen Wert setzen. Also Kommunikation – nicht Handy, Arbeit – und nicht Maschinen.”

Ich höre da den klugen Martin Heller sprechen. Aber klug sind noch ein paar andere. Wissen Sie, was ich denke? Es ist Ihr Gesicht, das den Umschwung der Stimmung bewirkt hat. In Ihrem Gesicht versammelt sich sozusagen die ganze Schweiz. Da ist etwas Sensibles, gleichzeitig etwas Kräftiges, etwas Intelligentes, gleichzeitig etwas Bodenständiges. Diese physiognomische Mischung ist rar. Sie macht, dass alle Bevölkerungsgruppen in Ihnen etwas Verwandtes sehen können. Denn augenfällig haben Sie etwas im Sinn mit dem Geist und der Macht und dem Genuss und der Bodenständigkeit.

“Sie machen mich verlegen... Aber ich glaube auch, es ist mir gelungen, als ehrlicher und verlässlicher Partner sowohl auf den Chefetagen der Unternehmen aufzutreten wie in q allen andern

sozialen Winkeln und Stockwerken, die mit der Expo zu schaffen haben.”

Schwenken wir von Hellers zur Schweizer Physiognomie. Sie haben gelegentlich von der “erschreckenden Beziehungslosigkeit” zwischen Kultur und Politik und Wirtschaft in diesem Land gesprochen. Die Expo kann diese Misere sicher nicht gleich beheben, aber vielleicht doch lindern. Sie, Herr Heller, waren jetzt drei Jahre im Bau. Da gibt es doch sicher schon ein paar Erfahrungen mit der Beziehungstauglichkeit der Schweizer.

“Allerdings. Ich erlebte das vor allem in den Ausstellungen. Da war überall eine Equipe am Werk, ein Kreis von Leuten aus Wirtschaft, Politik, Kultur, mit ganz unterschiedlichen Mentalitäten, Interessen, Charakteren – aber mit einem gemeinsamen Ziel. Und da ist Enormes passiert. Auch bei mir. Was Sie eben über mein Gesicht sagten, freut mich deshalb, weil ich selber das Gefühl habe, ich sei in diesen drei Jahren in einem Masse offen geworden, dass mir sehr viel mehr möglich erscheint als zuvor. Wir feierten kürzlich intern die Eröffnung einer Ausstellung, die über die Jahre kraft immer neuer Ideen gewachsen ist – in enger Zusammenarbeit mit Peter Quadri, dem CEO von IBM Schweiz. Und dabei hat mich berührt, was sich aus der Zusammenführung der Interessen entwickelt hat: im menschlichen Vertrauen wie in der Steigerung von Kompetenz. Solche Erfahrungen lebhafter Beziehungen gibt es viele. Sie beschränken sich einstweilen auf den internen Betrieb. Doch alle diese Leute werden dann wieder in den Alltag zurückkehren, und ihre Erfahrungen werden kaum spurlos bleiben.”

Nun beginnt das “zweite Leben” der Expo mit den Millionen von Besuchern. Und falls Ihre Ambition aufgeht, dann werden diese nicht nur das “Zusammenführen von Interessen” erleben, sondern ein Fest. Wie darf ich mir diese Festlichkeit vorstellen?

“Am Anfang war für mich das Fest einfach der Charakter des Theatralischen. Als Gegenspitze gegen den geläufigen Vorwurf: Wozu eine Expo, wir leben doch im Zeitalter der Virtualität, warum muss man das überhaupt noch bauen? Die Behauptung ‘Fest’ war dann das Insistieren darauf, dass es einen Ort braucht. Eine Ausstellung kann ich mir auch auf Umwegen aneignen, ich muss sie nicht partout gesehen haben. Aber zum Fest gibt es keine Second-hand-Realität. Wer es nicht geschmeckt hat, hat es verpasst. Das ist mit ‘Fest’ gemeint, weniger das rauschende Fest während der ganzen Expo, sondern das Dortsein, das identitätsstiftende Moment, die Gastlichkeit – etwas Zwangsläufiges, nicht die festliche Explosion. Mehr und mehr kam dann eine zweite Bedeutung hinzu: das Fest als Hangout. Viele der jungen Leute, die hier arbeiten, finden es einfach interessant oder scharf, eine Zeitlang hier zu sein, in dieser herrlichen Gegend, mit spannenden Leuten aus der ganzen

Schweiz. Nicht weil das Projekt 37 besonders intelligent ausgedacht ist, sondern als Sprung aus dem Alltag heraus.”

Der Sprung aus dem Alltag war jahrhundertlang kultisch organisiert. Immer zündete ein göttlicher Funke das Fest, dionysisch oder orphisch oder wie auch immer, jedenfalls ekstatisch. Der Vorhang des Alltags zerriss, und dahinter erschien eine andere Dimension. Nun haben Sie keine Götter zur Hand. Doch wenn ich nur flüchtig das Arteplage-Programm überfliege – “Augenblick und Ewigkeit” in Murten, “Ich und das Universum” in Yverdon, “Sinn und Bewegung” im Jura, “Natur und Künstlichkeit” in Neuenburg – dann denke ich, die Expo lädt mich ein zu einem metaphysischen Parcours. Spielen dabei die Künste eine Art Metaphysik-Ersatzrolle?

“Ich bin ja sehr katholisch aufgewachsen, und für mich waren die christlichen Feste der Jahreslauf, das spielte eine bedeutende Rolle, und in meiner Jugend liebte ich das auch. Und wie in kirchlichen Festen sind für mich Künste immer auch ein Mittel zum Zweck. Das ist der Unterschied zwischen der Expo und der documenta. In Kassel ist Kunst der Anlass, sozusagen der Ersatz für den alten sakralen Trip; das ist ihr Reiz, aber auch ihre Limitiertheit. Die Expo lebt von einem anderen Anlass, einem nationalen, dem Mythos der Landesausstellung. Das gibt ihr einen geschichtlichen Rahmen und eine Sinnggebung, die heute extrem selten ist. Die Künste und die Architektur stellen sich in ihren Dienst.”

Das ist Hellers Konzept?

“Ja, und ich glaube, wir haben die Chance genutzt, uns vom einseitig Künstlerischen zu lösen. Das einseitig Künstlerische verstellt zu vieles, vor allem für Leute, die dem nur Künstlerischen feindseilig bis ratlos und hilflos gegenüberstehen. Wir haben die Künste verbunden mit sozialen Anliegen. Darum ist mir eine Ausstellung wie die mit den Bauern in Murten mindestens so lieb wie jedes raffinierte Projekt. Der lange Weg hinter dem Bauernteil, der Expoagricole, mit allen Enttäuschungen und Freuden, zählt für mich ebenso viel wie die Wolke, die genial ist, aber eine Autorenerfindung bleibt. Beides zusammen wird interessant. Erst die soziale Verbindlichkeit macht das Fenster auf, so dass das Fest verankert ist in einer Art von territorialem Wir-Gefühl.”

Und Sie glauben, dass dieses Wir-Gefühl vitalisierbar ist? Viele sehen uns eher als ein Volk von Spiessern und Edelegoisten. Dass die Schweiz wie Europas Festbude aussieht, widerlegt das noch nicht. Auch wenn wir aus den Quartier- und Seenachts- und Schwing- und Turnerfesten gar nicht mehr herauskommen: Mit kollektivem Enthusiasmus hat das nichts zu tun. Siehe 1. August. Da sitzen alle, durchprivatisiert, in ihren Vorgärtchen und

brennen ihre Raketen ab. Irgendwie erstaunlich, dass die Expo überhaupt zustande gekommen ist – und nicht Kurt Felix' Vorschlag eines Bratwurstfestes eingeschlagen hat.

“Genau das war ein interessanter Moment, den kaum jemand richtig bedacht hat. Man hat ihn nur als Aufstand der Bratwurst-Fraktion genommen. Kurt Felix hat nämlich vorgeschlagen, man solle aus Kostengründen doch die bestehenden Infrastrukturen nutzen – wir haben ja die Mubahallen, wir haben die Olmabauten, warum geht man nicht da hinein? Dass dieser Vorschlag, selbst in der damals aufgewühlten Stimmung, gar nicht aufgegriffen wurde, ist aufschlussreich. Das Wir-Gefühl, das sich eine Form geben will, hat das nicht zugelassen. Selbst in diesem Land, in dem Ökonomie und Rationalität einen hohen Stellenwert haben, war das undenkbar. Und wenn jetzt die Leute an die Expo kommen, stellt sich eine Art Befriedigung ein. Auch Ältere stehen vor der Architektur von Coop-Himmelblau und sagen: “Das wird super.” Das ist das, was eine Ästhetik zum Fest beitragen kann. Doch nachher muss etwas anderes passieren, es muss etwas hinzukommen.”

Lassen Sie uns dennoch beim Ästhetischen noch kurz verweilen. Dass diese Bauten jetzt stehen, befriedige das Wir-Gefühl, sagten Sie. Was bewirken sie darüber hinaus? Die äusseren Formen, Architektur wie Design, bildlich gesprochen die Tapeten der Lebenswelt, formen ja den Menschen mit, die Art seiner Haltung, die Dimensionen seines Ausblicks. Menschen entwickeln sich bekanntlich via Anpassung an Aussenreize. Weshalb ich natürlich gerne wissen möchte, in welcher Verfassung wir die Expo verlassen werden. Beschwingt, erhöht, erheitert, nachdenklich...?

“Jedenfalls heiter. Was ist passiert, als vor einem Jahr die Leute auf die Baustellen kamen? Es waren bloss die Parzellen markiert, Leitungen gelegt, dazu die Plattform. 70 000 kamen, bei strahlendem Wetter, und es war enorm heiter, richtig lustig, es gab Musik, wir erklärten ein paar Dinge, dann gab es noch etwas zu essen, zu trinken. Es war das minimalste Fest, das ich erlebt habe. Gut, das war wohl der harte Kern der Expo-Anhänger, aber die Leute kamen auf ihre Rechnung – allein schon durch das, was sie sich vorstellten. Und durch die reale Umgebung. ‘Naturästhetik’, die Freilicht-Szenerie, gehört zum Topos aller Landesausstellungen seit 1939. Das Beste der Schweizer Landschaft beisammen: Wasser, Wein, Licht, Berge, Grün. Und da drin jetzt eine Architektur, die ihre Eindrücklichkeit hat und tauglich ist für die Erhöhung, ohne dass sie die Leute klein macht, ohne dass sie mit Überwältigungsreizen von Materialien argumentiert. Hier haben sich gescheite Architekten fast anachronistisch auf das eingelassen, was die Themen q andeuten. Die drei Türme in Biel (‘Macht und Freiheit’), die Wolke in Yverdon (‘Ich und Universum’), der Monolith wie ein Vorposten der Ewigkeit im

See vor Murten ('Augenblick und Ewigkeit'), die Arteplage Jura, die wir noch einmal ganz neu konzipierten als 'Sinn und Bewegung', ein Schiff, das tönen und röhren kann – das hat alles eine leicht verständliche Dimension."

Sie fürchten nicht, diese Architektur könnte bloss die Besucher für sich einnehmen, nur denen Kopf und Gemüt durchlüften, die schon mit offenen Sinnen hingehen?

"Nein. Aufgegangen ist mir das an einer Versammlung des Gewerbeverbandes. Da stellten wir den 'Monolith' vor – und die Leute vom Gewerbe entschieden, sich mit diesem Monolithen zu assoziieren. Dass es dann am Schluss nicht so viel Geld brachte, wie wir meinten, ist wieder ein anderes Kapitel. Aber dass sie sich mit Jean Nouvels Architektur, die so radikal ist, gemein machen können, bedeutet, dass ihnen hier etwas entspricht, nicht nur wegen des Schlachtenpanoramas. Das lässt sich mit der herkömmlichen Wahrnehmung von Kultur nicht mehr erklären. Jean Nouvel bezieht sich offen auf die 'Toteninsel' von Böcklin, und ein verkitschteres Kunstwerk als diese 'Toteninsel' gibt es kaum. Darum glaube ich: Diese Ästhetik wirkt durch die Art und Weise, wie sie gemacht ist und wie sie durchgesetzt ist mit den Banalitäten des Festes – die Restaurants darin werden von einzelnen Konzessionären geführt, die sich nicht alle auf Jean Nouvel trimmen lassen. In Murten sowieso, da kann jeder sein Partyzelt aufstellen und sein privates Fest feiern, wie er will. Die Expo hat keine Handhabe zur Geschmacksdiktatur. Wir wollen das auch nicht. Wir wollen aber trotzdem den Teil, den wir verantworten, so anspruchsvoll wie möglich halten."

Sie brauchen gerne den Begriff der "Theater-Architektur". Dann müssen wir Besucher unser Stück selber erfinden und durchspielen – auch wenn die fantastischen Kulissen natürlich schon das halbe Theater sind?

"Klar. Jede Ausstellung ist nur ein Gestell, solange keine Leute drin sind. Erst wenn die Leute kommen, gibt es eine Ausstellung. Im Grossen ist es dasselbe, es ist eine Bühne, und die Gäste spielen die Hauptrolle. Bei den Türmen in Biel kommt das klar zum Ausdruck. Diese Türme, die von aussen so metallisch wirken, sind reine Bühnenelemente, und wenn sie nachts erleuchtet sind, sieht man die ganze Tragstruktur, mit metallisch schimmernden Membranen darüber, aufgebaut nur als Maskerade. Ich denke, das spricht auch zu Leuten, die ohne ästhetische Vorbildung kommen."

Gibt es ein Stück, das Sie auf Ihrer Bühne von uns Besuchern am liebsten gespielt sähen? Ich will bloss mal zwei Varianten skizzieren. Entweder: zwei, drei Tage durchatmen, Urlaub vom normalen Rackerleben, Sinnengenuss, zweckfreier Luxus und so weiter; das wäre erfrischend für Leib und Seele, wohl nicht auffällig folgenreich, immerhin eine hoffentlich zauberhafte

Erinnerung. Oder: eine Art Modernitätstraining, zwei, drei Tage Sinnlichkeitsschulung, alle Poren öffnen, alle Antennen ausfahren; das wäre belebend, wenngleich nicht ganz zweckfrei, aber nachhaltig; denn die neue Ökonomie braucht Angestellte mit kreativer Intelligenz, mit Fantasie, mit intuitiver Vifheit. Und die Expo würde eine Art nationaler Trainingscamp für globale Wettbewerbstauglichkeit. Halten Sie den Gedanken an solche Zweckbestimmungen für festfeindlich?

“Überhaupt nicht. Wir sind an nachhaltiger Wirkung interessiert. Für mich spielt dabei der Begriff der kulturellen Kompetenz die wichtigste Rolle. Kulturelle Kompetenz kann sich an den unverhofftesten Orten zeigen oder nicht zeigen. Für mich ist sie wie ein Schlüssel zur Leistungsfähigkeit auch eines Landes, auch eines Unternehmens. Auch eines Kulturbetriebs, denn es ist keineswegs selbstverständlich oder gar zwingend, dass ein Kulturbetrieb auch kulturell kompetent ist. Er mag seine eigenen Standards erfüllen – was diese Standards mit kultureller Kompetenz im gesellschaftlichen Sinne zu tun haben, ist wieder eine ganz andere Frage.”

Und diese kulturelle Kompetenz entwickelte sich im chaotischen Durcheinander der Exponanten zwangsläufig. Vermute ich mal.

“Lassen Sie mich ein kleine Geschichte zur Klärung des Begriffs vorausschicken. 1999 wurde uns dauernd Sions Olympia-Kandidatur als leuchtendes Vorbild vorgehalten: Ogi und all die andern machen es gut, die haben Sponsoren, ein gescheites Logo, sind überall präsent. Ihr dagegen seid Chaoten, ihr habt ein Produkt, das niemandem einleuchtet, ihr bringt es nicht auf die Reihe. Dann kam die Ohrfeige aus Seoul. Und darauf erschien in der Sonntags-Zeitung das Interview mit der Signora, die für das Lobbying des siegreichen italienischen Projekts verantwortlich war. Die Frau sprach auf unnachahmliche Art über die Schweiz und die Unterschiede zwischen Italien und der Schweiz. Das war für mich eine grossartige Lektion in kultureller Kompetenz: Wie geht man mit solch einem Problem um, wo hört die Blauäugigkeit auf und wird nur noch zur Naivität? Warum kann man Ogi nicht vergleichen mit Agnelli? Aus dem Ganzen kam heraus: Hört doch endlich auf mit dieser selbstgerechten Biederkeit, es reicht nicht, die Welt ist anders, ihr müsst euch der Welt anpassen, und wenn ihr das Spiel nicht mitspielen könnt, dann werdet ihr halt abgehängt. Dossieroptimierung allein reicht nicht, es braucht andere Qualitäten. Da ging mir plötzlich auf, was so etwas Diffuses wie kulturelle Kompetenz bedeutet. Und wenn die Expo zu dieser Qualität in unserem Land einen Beitrag leisten könnte, dann wäre das fantastisch.”

Noch einmal: Was hat sich intern, also im Biotop der Expo-Bauer, an kultureller Kompetenz bereits ausgebildet?

“Direkt beteiligt an der Expo sind bis zum Schluss etwa 30000 Leute. Das ist verglichen mit Hannover im Verhältnis zur gesamten Bevölkerung eine grosse Zahl. Darum tut sich eine Weltausstellung auch schwer mit Nachhaltigkeit. Prädestiniert, Erfahrungen mit kultureller Kompetenz zu machen und weiterzutragen, sind tatsächlich erst einmal die direkt Beteiligten. Solche Erfahrungen macht man ja primär im Arbeitszusammenhang. Und die Expoarbeit brachte zwangsläufig die Erfahrung, was es heisst, offen zu leben, aufs Unbekannte hin, Niederschläge einzustecken, sich unter sehr Verschiedenartigen zusammenzuraufen, nicht immer mit ästhetischen Folgen, aber in einem ästhetischen Milieu. Das alles war nicht deshalb so kompliziert, weil das Expo-Management unfähig gewesen wäre, sondern weil für jedes beteiligte Unternehmen ein Expo-Projekt etwas bislang Unbekanntes war. Schliesslich ging es ja nicht darum, ein neues Produkt zu implementieren, sondern einen Wertehorizont um das Produkt herum zu entwerfen. Die meisten Unternehmen aber haben im Laufe der Entwicklung gemerkt, was sie dabei profitieren. Deshalb sind sie heute auch interessiert an einer Bilanz: Was haben wir gelernt in diesem Prozess? Wo lagen unsere Defizite? Warum kannten wir andere Denkmuster nicht? Und dies immer beidseitig. Kultur und Wirtschaft. Ich habe mich oft geschämt, wenn ich merkte, dass ich eigentlich gar nicht wusste, wovon ich redete. Unter Kulturleuten denkt man, es sei nur eine Frage des guten Willens, in der Wirtschaft ein paar Millionen locker zu machen. Ich habe dann, zum Beispiel beim CEO der IBM Schweiz, erfahren, wie viel bodenloses Vertrauen, wie viel Geschicktheit, Glaubwürdigkeit und Erfahrung es braucht, ein Unternehmen davon zu überzeugen, fünf Millionen zur Verfügung zu stellen – für ein Projekt, dessen Zweck nicht unmittelbar sichtbar wird.”

Dann hat sich die Expo also bereits gelohnt. Man erwartet ja besser nicht, dass der Geist der Offenheit die Massen erfasse. Wenn tausende Mitarbeiter mit ihrer Beziehungs-Kompetenz wieder ausschwärmen, ist das ohnehin solider. Dennoch: In welche Schwingungen, denken Sie, werden die Millionen von Besuchern geraten?

“Da kommt man wohl an pädagogische Grenzen. Wenn es eine Wirkung gibt, dann kann sie wiederum nur ästhetisch wirken. Also atmosphärisch. Als das Gefühl: Das ist etwas Gutes. Als Gefühl: Das hat mit uns zu tun, mit uns, die wir heute in dieser Schweiz leben. Wenn das passiert, dann hat das Land mehr von der Expo als von einem gelungenen Turnfest. Etwas Exemplarisches fürs Leben. Ich will das nicht verschreiben. Vielleicht zündet es, vielleicht auch nicht. Wenn es sechs Wochen regnet, wird es schwierig. Wenn ein Wir-Gefühl sich aber entzünden lässt, dann stiftet es eine Art Identität, die keine nationale Identität ist, sondern die Identität eines Territoriums, eines Lebensraumes in einer bestimmten kulturellen Situation.

Also: eine kulturelle Identität. Wenn ich mich zurücklehne und frage, worum es letztlich geht, dann kann ich nur sagen: Es geht um diese kulturelle Identität – auch wenn die Ausstellung sich mit dem Nationalen tarnt, weil sie anders gar keine Chance auf ihre eigene Realisierung hätte. Die Tradition ‘Landesausstellung’ ist deshalb ein Geschenk, das man gar nicht überschätzen kann. Ohne sie wäre es undenkbar, gegen zwei Milliarden in eine solche ästhetische Bewegung zu investieren. Mit der Vorstellung einer kulturellen Identität aber adaptieren wir dieses Traditionsgefäß an die heutige Zeit.”

Was Sie “kulturelle Identität” nennen, das ist für mich auch ein kollektives Befreunden mit der Gegenwart – ohne sich darin als etwas Besonderes aufzugeben. Und wenn ich es so verstehen darf, dann bietet sich das als erste Konklusion unseres Gesprächs an: Es verbindet das Nützliche mit dem Festlichen. Was ich etwas gar poetisch die “Freundschaft mit der Gegenwart” nenne, das gelingt ja nicht über Kenntnisse, sondern einzig über bereicherte Sinnlichkeit, also ästhetisch. Es genügt nicht, das Neue dieser Zeit zu kennen, man muss es mögen – riechen, schmecken mögen. Man muss sich in den neuen Kulissen wohl und angeregt fühlen.

“Das wäre auch eine ganz gute Begründung für die Ablehnung der Expo durch viele SVP-Exponenten. Das beschäftigt mich seit Beginn meiner Arbeit. In der kürzlichen ‘Arena’-Sendung kapierte ich dann: Diese Leute sind kulturell noch viel bodenloser als politisch. Und wenn Sie die kulturelle Identität jetzt so wunderschön als Geschmack an der Zeit verstehen, dann ist es nichts als logisch, dass die SVP bis zum Schluss gegen die Expo sein muss. An eine nationale Kultur hätte sie sich leicht anhängen können. Geht es aber um Gegenwart, um kulturelle Identität im Heute, dann ist klar, dass der harte Kern der Volkspartei dazu nie Ja sagen kann. Die Gegnerschaft ist stimmig, weil sie sich nur an eine nationale Heimat hängt. Wir aber sind auf kulturelle Heimat aus, und darin ist die nationale bestenfalls eine Teilmenge.”

Irgendwann kommt, wie die Expo, auch das anregendste Gespräch ans Ende. Könnte es sein, dass Sie all die Strapazen aus einem eigennützigem Motiv auf sich genommen haben? Weil Sie einfach lieber in einer sinnlicheren, viferen, geistreicheren Gesellschaft leben möchten?

“Sicher. Mein Egoismus ist durchschaut.