



Präsenz Schweiz
Présence Suisse
Presenza Svizzera
Preschientscha Svizra
Presence Switzerland

Bern, 24. Mai 2007

Pressemitteilung

www.presence.ch
prs@eda.admin.ch

Bundesgasse 32
CH-3003 Bern
Telefon +41 31 322 01 83
Fax +41 31 324 10 60

Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai Strategische Landeswerbung der Schweiz in der VR China

Die Schweiz geniesst in China einen hervorragenden Ruf. Das Wissen über die Schweiz reduziert sich allerdings weitgehend auf die gängigen Klischees. Dies will die offizielle Schweiz nun ändern und startet eine landesweite PR-Kampagne, um ein umfassenderes Bild der Schweiz im strategisch wichtigen Markt der Volksrepublik China zu vermitteln, sich adäquat zu positionieren und den Austausch zwischen den beiden Ländern zu fördern. Die Kampagne umfasst die beiden Plattformen Olympische Sommerspiele Beijing 2008 und Weltausstellung Expo Shanghai 2010, für dessen Schweizer Pavillon am 23. Mai 2007 das Gewinnerprojekt erkoren wurde. Zudem wird ein interdisziplinäres Rahmenprogramm lanciert, das unter der Federführung von Präsenz Schweiz in Zusammenarbeit mit Partnern aus dem öffentlichen wie privaten Sektor umgesetzt wird. Die strategisch ausgerichtete Kampagne wurde im Frühjahr mit ersten Aktivitäten lanciert und dauert bis 2011.

Gemäss den Ergebnissen der von Präsenz Schweiz in Auftrag gegebenen, wissenschaftlichen Studie vom März 2006, hat die Schweiz in der VR China ein gutes Image. Als Nation, die innovative und wissenschaftliche Stärken von internationaler Relevanz hat, wird die Schweiz allerdings kaum wahrgenommen. Hier knüpft die strategische Landeswerbung der Schweiz an: mittels einer umfassenden und interdisziplinären Kampagne verstärkt die Schweiz von 2007 bis 2011 ihre Aktivitäten in China. Sie verfolgt damit das langfristige Ziel, die bestehenden positiven Attribute – die der Schweizer Realität entsprechen – zu bekräftigen und davon ausgehend bestehende Informationsdefizite zu korrigieren. Die inhaltliche Ausrichtung nutzt dabei die aus der Imagestudie eruierten Schweizer Stärken „Lebensqualität“ und „internationale Reputation“ – internationales Genf, erfolgreiche Unternehmen und Qualität – und will in diesen Bereichen beim Zielpublikum mit unbekanntem Wissen über die Schweiz ergänzen. Als inhaltliche Grundlage für die Ausrichtung der Kampagne dient auch die kürzlich von Präsenz Schweiz entwickelte Story Schweiz. Die Story Schweiz definiert das Stärkenprofil der Schweiz und zeigt, in welchen Bereichen sich die Schweiz von den Konkurrenzländern zu differenzieren vermag.



Präsenz Schweiz
Présence Suisse
Presenza Svizzera
Preschientscha Svizra
Presence Switzerland

Die Kampagne konzentriert sich dabei auf die chinesischen Meinungsführende, Studierende sowie Medien und umfasst drei Hauptaktivitäten: den Schweizer Auftritt an den Olympischen Spielen 2008 in Peking, den Schweizer Pavillon an der Expo 2010 Shanghai und ein interdisziplinäres Rahmenprogramm.

Ein Land, ein Auftritt: Nutzung der Synergien in enger Zusammenarbeit mit namhaften Partnern

In allen Bereichen arbeitet Präsenz Schweiz eng mit namhaften Partnern aus der Privatwirtschaft und dem öffentlichen Wesen zusammen: während bekannte Schweizer Marken wie Nestlé und Holcim den Auftritt in Peking und Shanghai unterstützen, gestalten öffentliche Institute wie Pro Helvetia, Schweiz Tourismus, Osec Business Network Switzerland und Standort:Schweiz mit den Veranstaltungen in ihrem jeweiligen Themenbereich das Rahmenprogramm mit. Präsenz Schweiz koordiniert sämtliche Aktivitäten und sorgt damit für einen einheitlichen Auftritt aller Partner unter der Dachmarke „Schweiz“. Der Synergieeffekt einer solch umfassenden Zusammenarbeit zeigt sich in der Vermittlung eines vielseitigen Bildes über die Schweiz und für eine verstärkte Präsenz im chinesischen Markt.

Das House of Switzerland 2008 in Peking

Mit den Olympischen Sommerspielen 2008 in Peking plant China den grössten Sportevent aller Zeiten. Die Schweiz wird mit einem offiziellen Schweizer Gästehaus präsent sein: das „House of Switzerland 2008 – Beijing“ steht unter der Projektleitung von Präsenz Schweiz und wird an prestigeträchtiger Lage in Peking errichtet. Noch vor Beginn der Sommerspiele öffnet das House of Switzerland seine Türen dem chinesischen und internationalen Publikum: es dient dem Schweizer Olympiateam als Treffpunkt und steht für Empfänge, Medienkonferenzen und Kundenpflege zur Verfügung. Das Gästehaus eignet sich daher als ideale Marketingplattform, um im zukunftssträchtigen Markt China Aufmerksamkeit zu erlangen. Diese einzigartige Chance nutzen werden Luzern und die Lake Lucerne Region, die mit Präsenz Schweiz eine exklusive Zusammenarbeit vereinbart haben und dadurch die Gelegenheit erhalten im Scheinwerferlicht des House of Switzerland zu stehen. Mit ihren Wirtschaftspartnern präsentieren sie sich als verlockende Reisedestination und dynamischer Wirtschaftsstandort.

Die Schweizer Teilnahme an der Expo 2010 Shanghai

Das Thema der Expo 2010 Shanghai „Better City, Better Life“ bietet der Schweiz die ideale Gelegenheit, sich als modernes, innovatives und umweltbewusstes Land zu präsentieren. Diesbezüglich führte Präsenz Schweiz einen offenen, zweistufigen Projektwettbewerb durch, der von Jurypräsident Dr. Uli Sigg – bekannter Chinaexperte und frisch erkürter Generalkommissär für den Schweizer Pavillon 2010 – geleitet wurde. Details ersehen Sie aus der folgenden Medienmitteilung (nächste Seite).

Für weitere Informationen und Fotos zu den Projekten: www.presence.ch

Story Schweiz: www.story.presence.ch

Kontakt: Michel Hueter, Kommunikation Internationale Grossveranstaltungen, Präsenz Schweiz, Bundesgasse 32, 3003 Bern // Tel. direkt: +41 31 322 58 86 // Fax: +41 31 324 10 60 // E-Mail: michel.hueter@eda.admin.ch



Bern, 24. Mai 2007

Pressemitteilung

Der Schweizer Auftritt an der Expo 2010 Shanghai:

Die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung Expo 2010 Shanghai bietet den zweiten Höhepunkt im Rahmen der Schweizer PR-Kampagne in China. Mit einer geschätzten Besucherzahl von 70 Mio. und fast 200 teilnehmenden Ländern und Organisationen verspricht die Expo 2010 Shanghai alle bisherigen Dimensionen zu sprengen. Getreu dem Leitthema der Expo 2010 „Better City, Better Life“ präsentiert die Schweiz an der Weltausstellung ein mutiges Ausstellungskonzept, das die Schweiz als innovatives Land positionieren kann und einen differenzierten Auftritt ermöglicht.

Die Weltausstellung Expo 2010 Shanghai

Die Expo 2010 wird auf einem Gelände von 5,28 km² Grösse beidseitig des Huangpu Flusses in Shanghai angelegt. Vom 1. Mai bis 31. Oktober 2010 erwarten die Organisatoren der Expo 2010 Shanghai über 70 Mio. Besucher und rechnen mit 200 teilnehmenden Ländern und Organisationen, wovon bis heute 137 bestätigt wurden. Die Expo 2010 Shanghai verspricht die bisher grösste Weltausstellung zu werden.

Der Schweizerische Bundesrat gab am 29. März 2006 grünes Licht für die Teilnahme an der Expo 2010 Shanghai und sprach ein Budget von CHF 20 Mio., wovon CHF 9 Mio. aus den regulären Budgets diverser Departemente beigesteuert werden: das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten und PRS tragen CHF 6 Mio. bei, das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement CHF 2 Mio. und das Eidgenössische Finanzdepartement CHF 1 Mio. Weitere CHF 4 Mio. werden aus Sponsoringbeiträgen generiert und die restlichen CHF 7 Mio. mit zusätzlichen Bundesmitteln finanziert.

Starkes Konzept

In einem zweistufigen, offenen Wettbewerb hat die Fachjury das Ausstellungskonzept folgender Verfasser gewählt:

- > Andreas Bründler, Buchner Bründler AG Architekten BSA, Basel
- > Andreas Hunkeler, Element GmbH, Basel
- > Werner Waldhauser, Waldhauser Haustechnik AG, Basel
- > Roland Hürzeler, Huerzeler Holzbau, Magden
- > Barbara Jenni, als Fachberaterin Sinologie

Das Konzept mit der Wettbewerbsnummer 8005 – ein Pavillonname muss noch gefunden werden – überzeugte die Jury aufgrund seiner Zeichenhaftigkeit, Originalität, Überraschung, Einfachheit und der vermittelbaren Emotionen.



Präsenz Schweiz
Présence Suisse
Presenza Svizzera
Preschientscha Svizra
Presence Switzerland

Der Pavillon will als starkes Zeichen gelesen werden. Er sucht nicht die einfache geometrische Form, sondern den Überraschungseffekt in der Ambivalenz seiner disparaten oder hybriden Elemente, wobei sich Form und Funktion, Innen und Aussen, durch die Semitransparenz der Fassade verschränken.

Die Potentiale des Pavillons liegen in seinem kontroversen Charakter. Der Pavillon ist eine hybride Fabrik, ein Labor der Nachhaltigkeit. Der Pavillon ist ein architektonisches Enigma: ein hängendes Netz als Vorhang vor schweren Pylonen, die wie abgesägt Elefantenfüsse ohne sichtbare Last im Expo-Gelände stehen. Sein Grundriss ist eine imaginierte, politische Landkarte. Dechiffrierbar wird dieses komplexe Gebilde am ehesten als Maschine, Fabrik, als eine Mischung aus Ingenieurskunst und Architektur aus dem Reich der Science-Fiction, die Wissenschaftsvisionen (Solartechnologie der Fassade) und ästhetische Designträume verbinden.

Das intellektuell anspruchsvolle Ausstellungskonzept besticht durch seinen klaren Anspruch, die Hybridität der Zukunftsstädte zwischen Technik und Natur darzustellen, um Lebensqualität im urbanen Raum zu schöpfen. Dabei referieren die Autoren auf das asiatische Prinzip von Yin und Yang. Als spielerisches Element fügen die Autoren die Seilbahn ein, die die Besucher aus der Schwere der Stadt hinaus in die Luftigkeit der Natur mitnimmt. Damit bringt der Pavillon die Grundthemen der Expo 2010 von Nachhaltigkeit und Lebensqualität in einen schlüssigen Kreislauf.

Die Verbindung von Innovation und Nachhaltigkeit sind Grundpfeiler des Konzepts. Die Fassade des Pavillons will ebenso „essbar“ wie „Energie erzeugend“ sein. Damit wäre die Innovationskraft schlagend gegeben.

Weiteres Vorgehen

Die Jury empfiehlt einstimmig, die Verfasser des mit dem ersten Preis ausgezeichneten Entwurfs mit der weiteren Bearbeitung gemäss Wettbewerbsprogramm zu beauftragen. Dabei sollen die Bemerkungen der schriftlichen Beurteilung der Arbeiten des Preisgerichts sowie die Erkenntnisse der Vorprüfung berücksichtigt werden. Zusätzlich soll ein Beratungsgremium gegründet werden, dem Mitglieder des Preisgerichts angehören sollen.

Ausstellung der Wettbewerbseingaben für den Schweizer Pavillon an der Expo 2010 Shanghai und Expo 2008 Zaragoza im Zentrum Paul Klee, Bern vom 24. – 27. Mai 2007

Für weitere Informationen und Fotos zu den Projekten: www.presence.ch

www.schweizerpavillon-expo2010.ch

Expo 2010 Shanghai: www.expo2010china.com

Kontakt: Michel Hueter, Kommunikation Internationale Grossveranstaltungen, Präsenz Schweiz, Bundesgasse 32, 3003 Bern // Tel. direkt: +41 31 322 58 86 // Fax: +41 31 324 10 60 // E-Mail: michel.hueter@eda.admin.ch