

Die Berge beginnen in der Stadt

Das Alpine Museum der Schweiz gibt Bergthemen eine Stimme

Ausgestopfte Alpentiere, Steigeisen und Bergkristalle. Das war einmal. Das Alpine Museum der Schweiz in Bern wagte 2012 einen Neubeginn. Es versteht sich heute als offene Plattform für aktuelle Bergthemen. Wir wenden uns der Gegenwart und Zukunft zu. Uns interessieren Themen wie nachhaltige Architektur, die Auswirkungen des Klimawandels, die Berge zwischen Freizeit- und Naturpark, Innovationen im Tourismus oder die Berge und ihre Bedeutung für die schweizerische Identität. In diesem Sinn verstehen wir uns als Botschaft der Berge in der Hauptstadt der Schweiz.

Beat Hächler, Direktor Alpines Museum der Schweiz, Helvetiaplatz 4 3005 Bern

Nicht alle teilen diesen Ansatz. Reinhold Messner, renommierter Kulturunternehmer und Hausherr von mittlerweile sechs Mountain Museen im Südtirol, kritisierte das Alpine Museum der Schweiz mehrfach für seinen Standort; leider ohne das Museum seit seiner Neukonzeption je besucht zu haben. Das Alpine Museum der Schweiz gehöre auf die Kleine Scheidegg, liess er im «Walliser Bote» verlauten, an den Fuss der Eigernordwand oder nach Zermatt neben das Matterhorn, aber nicht ins Unterland, in die Bundesstadt Bern. «Falsch», entgegneten wir. Die

Bergthematik gehört je länger je mehr in die Stadt. Es geht nicht um Marmeladentierromantik oder Alpenmystik, es geht um die komplexen und durchaus kontroversen Beziehungen zwischen Unterland und Berggebiet, die wesentlich von den Stadt- und Agglomerationsgebieten bestimmt werden. Die Berge sind mehr als ein touristisches Projekt. Sie sind in unserm Land Gegenstand permanenter gesellschaftlicher Debatten. Es gibt keine relevante Gegenwartsfrage – Migration, Energiewende, Mobilität, Identität, Klimawandel, Raumentwicklung –

die für das Berggebiet nicht hochrelevant wäre. Ein Alpines Museum, das sich als museale, rückwärtsge wandte Institution verstünde, würde seinen Auftrag verfehlen. Eine der Gegenwart und Zukunft zugewandte Position setzt umgekehrt voraus, dass Partnerschaften, Kooperationen und partizipative Projekte zwischen Museum und den Akteuren dieser Debatten entstehen. Das Berggebiet ist in einem solchen Konzept nicht mehr einfach Gegenstand, sondern aktives Gegenüber. Daran arbeiten wir – auf beiden Seiten.

Ein Haus der Bühnen

Das Alpine Museum der Schweiz arbeitet heute wie ein Medienunternehmen mit unterschiedlichen Programmgefässen. Nicht alle Themen eignen sich für alle Gefässe. So verschwand – zumindest vorübergehend – die statische Dauerausstellung zugunsten von fünf neuen Formaten: Format 1 ist die grosse Sonderausstellung, die während 10 Monaten auf 800 m² ein relevantes Thema vertieft. Aktuell ist dies die Filmcollage «Die Erweiterung der Pupillen beim Eintritt ins Hochgebirge». Sie setzt Ausschnitte aus über 100 Schweizer Spielfilmen der letzten 100 Jahre zu einem neuen Film zusammen. Format 2 ist das Biwak, eine Ausstellungsbox von knapp 100 m² im Erdgeschoss. Das Biwak fokussiert den Blick auf Spezialitätenthemen. Derzeit den Architektur-



Die Schweiz einmal anders sehen: Momentaufnahme aus der Filmcollage «Die Erweiterung der Pupillen beim Eintritt ins Hochgebirge» (© Alpines Museum der Schweiz)

wettbewerb «Constructive Alps», der nachhaltige Architektur-Projekte aus dem europäischen Alpenraum einem breiten Publikum näher bringt. Format 3 sind Veranstaltungen. Buchvernissagen, Podien, Lesungen, Konzerte, Filmabende, Pecha Kucha-Shows oder Referate, immer zu Bergthemen. Mittlerweile erreicht das Museum rund 10'000 Besucherinnen und Besucher jährlich allein mit Veranstaltungen. Format 4 ist das museumseigene Restaurant «las alps». Es ist nicht nur Gastro-Dienstleister in einem Stadtberner Wohnquartier. Essen und Trinken, regionale Produkte aus dem Alpenraum, das kulinarische Erbe als Teil einer gelebten alpinen Kultur sind wesentliche Inhalte. Sie finden im «las alps» ihre wirkungsvolle Bühne, teilweise in enger Verknüpfung mit Ausstellungen und Veranstaltungen. Ein weiterer Ausbau dieser gastro-kulturellen Programmarbeit mit Produzenten oder Vertriebsorganisationen aus dem Berggebiet ist erwünscht. Format 5 schliesslich sind Kooperationen und Pop Up-Projekte des Alpinen Museums ausserhalb seiner vier Wände. Erstmals umgesetzt wurde dies dieses Jahr (2015) auf dem Gornergrat in Zermatt. Das Alpine Museum präsentierte zum Jubiläum der Matterhorn-Erstbesteigung eine kleine Fotoausstellung mit 22 Matterhörnern der Welt – markante Berge, die den Beinamen Matterhorn tragen und dem «originalen» Matterhorn in Zermatt in Form und Position ähneln. Das Projekt im touristischen Hotspot Gornergrat erreichte in fünf Monaten über 50'000 Touristinnen und Touristen aus aller Welt. Zusätzlich machten Kooperationen mit regionalen Museen, beispielsweise in Grindelwald, Engelberg oder Saas Fee, das Alpine Museum im Berggebiet auch für eine lokale Bevölkerung erlebbar.

Ein schweizerisches Museum mit Sitz in Bern, kein Berner Museum

Eine erste Bilanz der Neupositionierung des Alpinen Museums fällt durchweg positiv aus: Verdoppelung der Besucherinnen und Besucher in den ersten beiden Jahren auf über 40'000 pro Jahr (2015 werden es voraussichtlich über 70'000 sein). Eine Verzehnfachung der landeswei-

ten medialen Präsenz, die Nominaton als Europäisches Museum des Jahres 2013, eine spürbar wachsende Aufmerksamkeit in der Suisse romande. Natürlich gibt es auch Gegenwind; Besucher, die das alte Museum vermissen oder projektbezogene Besucherschwankungen wie 2014. Doch entscheidend ist, dass ein jüngeres, gesamtschweizerisches Publikum langsam aber sicher das Museum für sich entdeckt. Auch die private und öffentliche Finanzierung dieses einzigartigen Themenhauses hat sich seit 2011 gut entwickelt, doch auch sie ist keineswegs gesichert. 2018 stehen beim Bund neue Weichenstellungen bevor. Das Bundesamt für Kultur (seit 1933 gehören der Bund und der Kanton Bern zu den Hauptträgern des Museums) wird die Fördergelder für diverse Schweizer Museen nach einem neuen Schlüssel verteilen. Was dies für das Alpine Museum der Schweiz bedeutet, ist derzeit noch offen. Sicher ist: Wenn das Alpine Museum die «Botschaft der Berge» in der Hauptstadt bleiben soll, wird es die Unterstützung aller Kantone, insbesondere der Bergkantone brauchen. Das Alpenland Schweiz leistet sich seit 1933 ein nationales Alpines Museum. Das müsste erst recht im 21. Jahrhundert möglich sein.

RÉSUMÉ

Le Musée Alpin Suisse : un ambassadeur de la montagne en ville

Le Musée Alpin Suisse (MAS) de Berne n'est plus un de ces lieux qui se contente de présenter divers objets et images liés à l'arc alpin. Depuis 2012, ce musée est aussi devenu un espace de rencontres et d'échanges destiné à provoquer des débats ainsi que des réflexions. En effet, le MAS a décidé d'aborder de nombreuses problématiques actuelles qui ont un impact sur les régions de montagne. Les questions de mobilité, de la transition énergétique, du réchauffement climatique ou de l'aménagement du territoire sont quelques uns des sujets abordés par le MAS, lors de rencontres, de projections de films ou d'exposés

réalisés par des spécialistes. La mue du MAS s'est aussi traduite par l'installation d'un restaurant servant avant tout des produits issus de l'espace alpin. Enfin, le MAS participe régulièrement à des expositions organisées à l'extérieur de ses murs. Finalement, ce musée s'est repositionné en élargissant son offre et en devenant, en quelque sorte, l'ambassadeur de la montagne. Cette nouvelle stratégie s'est traduite par une hausse sensible de sa fréquentation. Informations complémentaires: www.alpinesmuseum.ch.

RIASSUNTO

Il Museo Alpino Svizzero : un ambasciatore della montagna in città

Il Museo Alpino Svizzero (MAS) di Berna non è più uno di quei luoghi che si accontentano di presentare diversi oggetti e immagini legati all'arco alpino. Dal 2012, questo museo è anche diventato uno spazio d'incontri e di scambi destinato a suscitare dei dibattiti, oltre che delle riflessioni. In effetti, il MAS ha deciso di presentare le diverse problematiche attuali che toccano in particolare le regioni di montagna. Le questioni della mobilità, la transizione energetica, il riscaldamento climatico o la pianificazione del territorio sono alcuni dei temi affrontati dal MAS, nell'ambito degli incontri, delle proiezioni di film o di conferenze presentate dagli specialisti. La trasformazione del MAS si è anche realizzata attraverso l'apertura di un ristorante che offre innanzitutto dei prodotti provenienti dallo spazio alpino. Infine, il MAS partecipa anche regolarmente a delle esposizioni organizzate all'esterno delle proprie mura. Così, questo museo si è ripositionato allargando la propria offerta e diventando, in un certo senso, l'ambasciatore della montagna. Questa nuova strategia si è tradotta in un aumento sensibile dei propri visitatori. Informazioni complementari: www.alpinesmuseum.ch.