



Das Herz der Expo ist der rote Nationaltempel der Chinesen. Die Gastgeber haben sich das Recht vorbehalten, mehr als dreimal so hoch zu bauen wie alle anderen Länder.

Fotos: dpa

Rummelplatz der Globalisierung

Expo Morgen beginnt in Schanghai die größte Weltausstellung aller Zeiten. Unter dem Motto „Bessere Stadt, besseres Leben“ schreiben die beteiligten Länder den Umweltschutz groß. Pro Tag werden 400 000 Besucher erwartet. Von Bernhard Bartsch, Schanghai

Bei den Rumänen übt ein Blasorchester, die Holländer arrangieren Keramikschafe. In Marokko werden Türen geschnitzt, pakistanische Teppichhändler packen ihre Waren aus. Die Kasachen probieren Trachten an und die Schweizer erklären chinesischen Kellnern, was ein Röstli ist. Die USA bekommen Besuch vom Shanghaier Bürgermeister und die Neuseeländer suchen nach einem neuen L für ihren Namenszug, weil das alte zerbrochen am Boden liegt.

Zwei Tage vor der Eröffnung geht es auf dem Gelände der Weltausstellung zu wie auf einem Zirkusplatz kurz vor der ersten Vorstellung. Tausende von Handwerkern und Helfern aus aller Herren Länder bemühen sich, die Miniaturen ihrer Heimat rechtzeitig fertig zu bekommen. Lennart Wiechell steht kopfschüttelnd vor aufgerissenen Bodenplänen. „Als wir beim ersten Probelauf nicht rechtzeitig geöffnet hatten, haben die Besucher einfach unsere Barrikaden niedergehauen“, sagt der Architekt des deutschen Pavillons und wagt sich kaum auszumalen, was passieren könnte, wenn in den kommenden Monaten einmal nicht alles wie am Schnürchen läuft.

Schließlich will Chinas Expo all ihre Vorgänger in den Schatten stellen und in den kommenden sechs Monaten bis zu 100 Millionen Menschen auf das Ausstellungsgelände am Huangpu-Fluss locken – ein logistisches Extremprojekt. „Wir rechnen damit, dass die Menschen bei jedem Pavillon zwischen einer und drei Stunden anstehen müssen“, sagt der stellvertretende Expoleiter Huang Jianzhi. Selbst die größten Attraktionen sind nur für einen Bruchteil der Besucher ausgelegt. Von den 400 000 Besuchern, die an einem durchschnittlichen Tag erwartet werden, können höchstens 50 000 den chinesischen Pavillon sehen. Wer alle 192 beteiligten Länder besuchen wollte, müsste mehr als einen Monat Vollzeit auf der Expo verbringen.

Kein Wunder, dass die meisten Länder ihre Kernbotschaften architektonisch verpackt haben, von außen für alle zu sehen.

Zentrum der Anlage ist der mächtige rote Nationaltempel der Chinesen, die sich das Recht vorbehalten, mehr als dreimal so hoch zu bauen wie alle anderen Länder. In seinem Innern verbirgt sich eine Ausstellung chinesischer Kunstschätze. Auf einer hundert Meter langen Projektionswand lassen Animationen das alte China auferstehen, und in kleinen Wagen durchfahren die Besucher die chinesische Baugeschichte.

„Die Expo soll zeigen, wie die Stadt der Zukunft aussehen kann.“

Wu Zhiqiang, Chefplaner des Ausstellungsgeländes

Neben der chinesischen Wuchtigkeit wirken die Gebäude der anderen Länder wie ein großes Spiel nationaler Klischees, Identitäten und Wunschbilder. Nepal etwa hat einen Tempel nachgebaut und Katar eine Burg. Die Vereinigten Arabischen Emirate präsentieren sich in der Form von Sanddünen und Nordkorea hat seinen Pavillon in Bilder von blauem Himmel gehüllt. Bei den Schweizern fährt man mit dem Sessellift auf das Pavillondach und schwebt über eine Alpenlandschaft. Dänemark hat die Kleine Meerjungfrau aus Kopenhagen hertransportieren lassen und ins Zentrum eines spiralförmigen Gebäudes gesetzt, auf dessen Dach die Besucher Fahrrad fahren können.

„Wir wollen einerseits die Bilder abrufen, die die Besucher schon kennen, und ihnen andererseits viele neue Bilder

mit auf den Weg geben“, sagt Peter Redlin, Geschäftsführer der Stuttgarter Ausstellungsagentur Milla und Partner, die das Konzept für die Präsentation im deutschen Pavillon entwickelt hat. „Unser Auftraggeber, das Bundeswirtschaftsministerium, hat uns eine lange Liste von Themen gegeben, die im Pavillon vorkommen sollen.“ Das Ergebnis der dreijährigen Arbeit sind zehn Themenräume mit weit mehr als hundert interaktiven Spielen. Über Stadtentwicklung und Umweltschutz lernt man dabei ebenso etwas wie über Karneval und Schrebergärten. „Wenn die Besucher von Deutschland das Bild eines sehr spielerischen und kreativen Landes mitnehmen, haben wir unser Ziel erreicht“, sagt Redlin.

Nicht alle Länder haben sich einen eigenen Pavillon geleistet und präsentieren sich deshalb in Gemeinschaftshallen, teilweise mit finanzieller Unterstützung der Chinesen. Selbst den USA, die seit Jahren bei keiner Expo mehr dabei waren, trotzen Chinas Diplomaten einen Pavillon ab. Gemeinsame Klammer aller Auftritte ist das Expo-Motto „Bessere Stadt, besseres Leben“. Ein treffender Slogan, denn



DIE WELTAUSSTELLUNG IN ZAHLEN UND DATEN

Rahmen Die Expo in Schanghai läuft vom 1. Mai bis zum 30. Oktober. Auf dem 5,4 Quadratkilometer großen Areal am Huangpu präsentieren sich 192 Länder und 50 internationale Organisationen, zahlreiche Städte und Unternehmen.

Besucher Mit 70 bis 100 Millionen Besuchern rechnen die Organisatoren (zum Vergleich: die Expo 2000 in Hannover besuchten 18 Millionen). An Spitzentagen werden 800 000 Menschen erwartet. Tickets kosten 160 Yuan (17 Euro).

Rund 45 Milliarden Euro soll die Stadtregierung in die Infrastruktur investiert haben.

Deutschland Das deutsche Engagement umfasst neben dem offiziellen Pavillon Präsentationen von nachhaltigen Stadtentwicklungsprojekten. Zum deutschen Nationentag am 19. Mai wird Bundespräsident Köhler erwartet. Insgesamt wollen mehr als 50 politische Delegationen aus Deutschland die Expo besuchen, außerdem Hunderte von Unternehmensabordnungen. Über 50 Millio-

nen Euro Steuergelder fließen in die deutschen Auftritte.

Kritik Erst musste das offizielle Expo-Lied zurückgezogen werden, weil es klang wie ein früherer japanischer Hit. Dann kam Kritik auf, dass das blaue Maskottchen Haibao (Bild) der alten US-Cartoonfigur Gumby ähnelt. Jetzt müssen noch die Architekten des chinesischen Pavillons dem Eindruck entgegenstreiten, dass ihre „Krone des Ostens“ an den japanischen Pavillon der Expo 1992 erinnert. bba/dpa

Schanghai symbolisiert den Fortschrittstraum des bevölkerungsreichsten Landes der Erde – doch von „Gute Stadt, gutes Leben“ ist die 20-Millionen-Einwohner-Metropole noch weit entfernt.

Umweltverschmutzung, Verkehrschaos und hässliche Hochhausschluchten dominieren das Stadtbild. „Bei Nacht ist Schanghai schön, weil es dann ein Lichtermeer ist, aber wir wollen Schanghai auch bei Tag schön machen“, sagt Wu Zhiqiang, Chefplaner des Expo-Geländes, einem ehemaligen Industriegebiet. „Die Expo soll zeigen, wie die Stadt der Zukunft aussehen kann.“

Es ist leicht, Wus Optimismus zu widersprechen. Kritiker monieren, dass die Expo ein Prestigeprojekt ist, das sich Umweltschutz zwar auf die Fahnen schreiben mag, aber für das Gegenteil steht. Denn was ist schon nachhaltig an einer temporären Millionenstadt? Fast alle Gebäude müssen nach sechs Monaten wieder abgerissen werden. Schon für die Eröffnung haben die Chinesen eine Öko- und Klimastunde der Superlative geplant: Heute Abend soll das größte Feuerwerk- und Lichtspektakel aller Zeiten stattfinden, mit über 100 000 Feuerwerkskörpern und mehr als tausend 7000-Watt-Scheinwerfern.

Doch Zynismus ist nicht Trumpf in Schanghai. „Die Expo ist eine Chance, bei vielen Menschen ein Umdenken über die Zerstörung unserer Welt zu bewirken“, sagt Lutz Engelke. Seine Berliner Agentur Triad hat die Ausstellung „Urbaner Planet“ gestaltet, einen von fünf Themenpavillons, mit dem die Expo-Organisatoren ihr Motto mit Inhalt füllen wollen. Wie durch eine Geisterbahn führt Engelke durch die Exzesse der menschlichen Zivilisation. In großen Becken sieht man Fische, die sich das Wasser mit Müll teilen. Plakativ aufbereitete Fakten lehnen die Besucher das Grauen: nur drei Prozent des Wassers der Welt ist trinkbar und gut die Hälfte bereits verschmutzt. 500 Jahre dauert es, bis ein Autoreifen verrottet ist. „Viele Menschen kümmern sich nicht um die Welt, weil sie die Welt nicht als Ganzes sehen“, sagt Engelke, der sich mit seinem Konzept gegen 150 Wettbewerber durchsetzte. Sein Pavillon demonstriert, wie die Expo großes pädagogisches Gefühlskino sein kann.