

alpines museum
alpine museum
museo alpino
musee alpin

Berg ver- setzt!

EINE ERSTE BILANZ:

Besucherrekord

Seite 3

Schönstes Schweizer
Buch 2012

Seite 5

Nationales
und internationales
Medienecho

Seite 10

Pelzmäntel und
Chässchnitten

Seite 14

Nomination
«Swiss Gastro Award
2012»

Seite 15





Beat Hächler, Direktor Alpines
Museum der Schweiz
beat.haechler@alpinesmuseum.ch

«Ist das noch ein Museum?». Die Frage wurde dem Empfangsteam im vergangenen Jahr regelmässig gestellt. Meist gaben die Fragenden die Antwort gleich selber. «Nein, ein Museum mit wechselnden Themen und ohne Dauerausstellung ist kein Museum mehr.» Ein älterer Besucher machte seiner Enttäuschung an der Kasse Luft. Er sei 1948 das letzte Mal im Alpinen Museum gewesen und habe sich auf die Reliefs gefreut. Und jetzt dies. Nichts sei mehr so, wie es gewesen sei.

Leider habe ich diesen Besucher nicht persönlich kennengelernt. Seine Vorstellung, das Museum sei ein zeitloser Ort, der sich dem Wandel widersetze, ist als Sehnsucht verständlich. Trotzdem gibt das neue Alpine Museum der Schweiz eine entschieden andere Antwort. Das neue Museum wird sich vermehrt mit der Gegenwart auseinandersetzen. Es wird umstrittene Positionen deutlich machen, um aktuelle Bergstoffe zu reflektieren und zu verhandeln. Dazu braucht es ein wandelbares Museum mit wechselnden Themen und zeitgenössischen Formaten. Diese Haltung prägt auch das neue Layout des Jahresberichts. Er erscheint neu als Hauszeitung in einer hohen Auflage von 10000 Stück, in deutscher und – stark gerafft – französischer Sprache. Der Jahresbericht präsentiert weiterhin die Highlights des vergangenen Jahres, lädt aber auch Aussenstehende zu Kommentaren ein und informiert über das, was kommt. Die ALPS-Zeitung ist zum Gebrauch bestimmt. Blättern, querlesen, hineinschreiben, Seiten herausreissen und – warum nicht? – ganz am Schluss die nassen Wanderschuhe damit ausstopfen. Wir lieben ein aktives Publikum.

DANS LES STARTING BLOCKS.
À l'avenir, le Musée Alpin Suisse se préoccupera davantage de l'actualité. Il mettra en évidence les enjeux disputés afin de refléter les problèmes actuels et de mettre une tribune à leur disposition. Cette nouvelle politique nécessite un musée multiforme, prêt à aborder de nouveaux thèmes sous de nouveaux formats. Le nouveau rapport annuel reflète cette attitude. Il paraît dorénavant sous forme de journal d'information maison de large diffusion, en allemand et (fortement résumé) en français. Nous vous souhaitons une bonne lecture.
Beat Hächler, Directeur



Hans Ulrich Glarner, Leiter Amt für Kultur
des Kantons Aargau und designierter
Leiter des Amtes für Kultur des Kantons Bern
ab September 2013

«Das Alpine Museum will den Alpen neue Bedeutungen abringen»

Eigentlich wusste ich es schon immer: Es gibt in Bern ein Alpines Museum. Sogar seinen Standort hinter der Schulwarte kannte ich. Doch meinen Schritt lenkte ich bisher von der Kirchenfeldbrücke immer links in die Kunsthalle, über den Platz ins Historische Museum oder die Helvetiastrasse entlang ins Literaturarchiv und ins Museum für Kommunikation. Seit Frühjahr 2012 biege ich zuerst rechts ab, um nicht zu verpassen, was sich anbahnt in der schweizerischen Museumslandschaft. Beat Hächler und sein Team haben in kürzest möglicher Zeit das Alpine Museum in den Fokus einer interessierten Öffentlichkeit gerückt. Zuerst hat er das Wunder geschafft, die vielfältige Trägerschaft hinter ein Umbauprojekt zu scharen und von der Notwendigkeit zur Erhöhung der Betriebsmittel zu überzeugen. Als Berggänger war er sich bewusst, dass man eine anspruchsvolle Tour niemals ohne gute Ausrüstung in Angriff nehmen darf. Ein Kompliment an alle involvierten Kreise, die Vertrauen schenkten und trotz garstigem finanzpolitischem Klima den Aufbruch stützten. Mit Franz Hohlers alternativer Alpen-Genese von den Tulpen zu den Firnen wurde gleich bei der Wiedereröffnung des Museums ein Versprechen für neue Sichtweisen auf das schweizerischste aller

Schweizer Themen abgegeben. Das hat Beat Hächler mit den «Intensivstationen» auch unverzüglich eingelöst. Hechenblaikners verstörende Bilder auf die unheile Alpenwelt des Massentourismus kamen in einer aseptischen Präsentation daher, welche die Wirkung der Foto-Arbeiten bis fast ins Unerträgliche steigerte. Ich war nicht mehr bloss interessierter und verurteilender Zuschauer, sondern stand mittendrin und erkannte mich selbst als Subjekt und Objekt dieser Konsummaschinerie. Auch wenn ich weder zu den Stammgästen von Ischgl zähle noch in der Almhütte schunkle. Das Alpine Museum ergreift mit beiden Händen, vor allem aber blitzgescheit und mit hintergründigem Witz, die einzigartige Chance, die Alpen als ein zentrales Element des schweizerischen Selbstbewusstseins zu beschreiben und zu dechiffrieren. Das Alpine Museum will den Alpen neue Bedeutungen abringen. Sozusagen als Zusatznutzen wird ein Beispiel mitgeliefert, was das partizipative Museum zu leisten vermag. Auch ohne GPS-Anweisung wird es deshalb vorläufig nach der Kirchenfeldbrücke heissen: «Bitte rechts abbiegen». Zwischendurch auch bloss, um sich im «las alps» für andere Kult(o)uren zu stärken.

Die schönsten Zahlen 2012

22000

EINTRITTE

Trotz spätem Start am 30. März erreichte das Alpine Museum neuen Besucherrekord. Die Eröffnungsausstellung «Berge versetzen» zählte in fünf Monaten 11 513 Besucherinnen und Besucher, «Intensivstationen» bereits bis Jahresende 9 788 (bis Projektende waren es 16 638). Das ergibt total (inkl. Biwak-Besuche zwischen den beiden Ausstellungen) 21 854 Eintritte oder 70 pro Öffnungstag. Nicht mitgezählt sind jene 6 700 Gäste, die das Alpine Museum in der Museumsnacht besucht haben.

14000

MITTAGESSEN

Das Alpine Museum ist auch ausserhalb der Museumsöffnungszeiten als Treffpunkt und Veranstaltungsort beliebt. 2012 wurden die Räumlichkeiten des Museums – Hodlersaal, Salon und Museumsrestaurant «las alps» – von 61 Gruppen für Sitzungen, Versammlungen und geschlossene Gesellschaften gemietet. Bei Edith Aebi nahmen allein am Mittagstisch des «las alps» rund 14 000 Gäste Platz. Mittagsgästen wird eine Tischreservation dringlich empfohlen.

373

MEDIENBERICHTE

Die Medien berichteten 2012 deutlich mehr über das Alpine Museum als in früheren Jahren. 373 Medienberichte erschienen insgesamt, davon 205 in Printmedien, u.a. neben den grossen Deutschschweizer Zeitungen in Le Temps, Le Matin, Corriere del Ticino, in der Hamburger «Zeit», der Berliner «TAZ», der Wiener «Krone-Zeitung» oder in den «Salzburger Nachrichten». 35 Radio- oder Fernsehbeiträge berichteten, u.a. «Tagesschau», «Schweiz aktuell», «Kulturplatz» und «Regionaljournal» von SRF, «Couleur local» des Westschweizer Fernsehens oder «Metropolis» auf ARTE. Weitere 105 Beiträge erschienen in online-Medien, z.B. arte.tv oder Journal B.

49%

AUSSERKANTONAL ODER INTERNATIONAL

Das Alpine Museum ist zunehmend ein nationales Museum. 49% aller Besucherinnen und Besucher reisten 2012 ausserhalb des Kantons Bern oder aus dem Ausland an. Beim regionalen Publikum ist der Anteil jener, die das Museum nicht gekannt oder schon lange nicht mehr besucht haben hoch. Die neue Ausrichtung des Museums interessiert, vorausgesetzt sie ist dem neuen Publikum bekannt.

87%

ZUFRIEDEN ODER SEHR ZUFRIEDEN

87 von 100 Museumsbesucherinnen und -besuchern gefällt das neue Alpine Museum gut bis sehr gut. 13 können damit wenig oder gar nichts anfangen. Die Zufriedenen reisten in der Regel bewusst für das neue Museum an und besuchten gezielt eine der beiden Ausstellungen oder eine Biwak-Produktion. Die Unzufriedenen suchten mehrheitlich das alte Museum. Sie hatten häufig keine Kenntnis von der 2011/12 vorgenommenen Erneuerung des Museums und vermissten entsprechend die Dauerausstellung von 1993.

Vernissage der Ausstellung «Berge versetzen. Eine Auslegeordnung»



Berge versetzen. Eine Aus- legeordnung

30. März bis
26. Aug. 2012

Die Eröffnungsausstellung holte 1200 Sammlungsobjekte aus dem Keller ans Tageslicht. «Berge versetzen» breitete die Objekte auf dem Fussboden aus und stellte die Gretchenfrage: Wozu diese Dinge sammeln? Wozu überhaupt ein Alpines Museum in der Stadt? Die Antwort fiel vielstimmig, aber eindeutig aus: Weil uns Berge etwas bedeuten.

Eine Auslegeordnung breitet aus. Sie schafft Übersicht und lässt uns prüfend schauen, ob das was da sein sollte, auch tatsächlich da ist. Auslegen heisst ausbreiten, aber auch bewerten, interpretieren, verhandeln. «Berge versetzen» hatte sich beides vorgenommen und beides erreicht. Das Sammlungserbe wurde ausgebreitet, um es in einer neuen Anordnung mit dem Publikum zu sichten und zu bewerten. Das machte «Berge versetzen» zum stimmigen Initialprojekt des Neuaufbruchs. Das neue Museum knüpfte beim alten Museum an, aber es schlug eine zeitgenössische Sprache an und stellte neue Fragen.

MIT THEMENTOUREN DIE ALTE SAMMLUNG NEU SEHEN
Die Perspektive auf die Objekte war neu, ungewohnt und zeitgemäss. Die Exponate standen nicht in Vitrinen oder in Glaskästen, sondern waren feinsäuberlich in Reih und Glied auf dem Boden ausgelegt. Die Besucherinnen

und Besucher bewegten sich in der Ausstellung über einen Steg und nahmen eine Vogelperspektive ein. Dadurch, dass viele der Objekte ihnen unmittelbar vertraut waren, schafften die Gegenstände eine sinnliche Verbindung zu Erlebnissen. Auffallend häufig besuchten Grosse Eltern mit Enkelkindern die Ausstellung. Sie erzählten mit ausgestrecktem Zeigefinger ihre eigenen Berggeschichten. Beim Ausstellungseingang konnten sich die Besucherinnen und Besucher für eine von elf Thementouren entscheiden, u.a. für die Tier-Tour, die SAC-Tour, die Gender-Tour, die Klima-Tour oder die Risk-Tour. Der Themenfächer entsprach der Agenda des neuen Museums: Identität, Alpinismus, Tourismus, Klimawandel, Gesellschafts- und Geschlechtergeschichte sind Themenfelder, die uns weiter beschäftigen werden. Die Objektgeschichten einer Tour ergaben ein Panoptikum zum Touren-thema. Die einzelnen Objekte waren

durch Nummern identifizierbar. Einzelne Objekte kamen in verschiedenen Touren vor; die unterschiedlichen Touren-Texte ermöglichten unterschiedliche Perspektiven.

OBJEKTE ZUM LEBEN ERWECKT

Im Hodlersaal hatte die Künstlerin Maja Gehrig in einem Animationsfilm einige der ausgelegten Objekte aus ihrer Starre befreit und zu neuem Leben erweckt. Ferngläser gleiteten wie Bergdohlen über Gipfel, Gämshörner galoppierten im Rudel durch Berglandschaften, Skibrillen glotzten wie farbige Hochgebirgsinsekten. Der Film wurde im September im Wettbewerb des Int. Animationsfilmfestivals Fantoche gezeigt. Ein Stockwerk höher konnte sich das Publikum zu einer Auswahl der ausgelegten Objekte äussern. Die Besucherinnen und Besucher wurden mit der radikalen Frage konfrontiert: «Ausstellen

oder entsorgen?». Der Entscheid für Vitrine oder Mulde musste kurz begründet werden. Auf zwei grossen Bildschirmen entstand über die gesamte Ausstellungsdauer ein Ranking des Publikums, was das Museum behalten oder entsorgen sollte. Absolutes Lieblingsobjekt war ein Bergrelief. Es holte am meisten Stimmen für einen Verbleib in der Sammlung. Auf dem letzten Platz landete eine schneidende Spielzeugglocke. Die Begründungen für Vitrine oder Mulde waren ebenso klassisch wie denkbar. Ins Museum gehörte für eine Mehrheit das Kunstfertige, Alte, vermeintlich Wertvolle, Seltene, Besondere; nicht ins Museum das Zeitgenössische, Bekannte, Häufige, offensichtlich Nicht-Wertvolle. Selbstverständlich gingen die Positionen bei gleichen Objekten diametral auseinander. Die Auswertung der Befragung ist noch nicht abgeschlossen. Sie wird das Alpine Museum in der Konzeption der künftigen Dauerausstellung Basislager weiter beschäftigen.

Eine zweite Feedbackstation in der Ausstellung liess die Besucherinnen und Besucher in Kommentarbüchern auf 15 unterschiedliche Schlagwörter oder -themen reagieren, z.B. Bergsteigerinnen, Jodeln, Schneekanone oder Zweitwohnung. Auch hier werden die persönlichen Meinungen und Anmerkungen in die künftige Programmarbeit einbezogen.

BREITE VERMITTLUNG

Die Ausstellung brachte in fünf Monaten trotz Sommerferienzeit 11 513 Besucherinnen und Besucher ins Alpine Museum. «Berge versetzen» holte das Stammespublikum ab und erreichte ebenso ein kulturinteressiertes, neues Publikum. Die Vermittlungsreihe «Berge versetzen mit Gästen» hat zudem ganz spezifische Besuchergruppen ins Museum gebracht. 12 Gäste, unter ihnen ein Bergführer und -retter, eine Sport-

kletterin, ein holländischer Botschafter, ein Berg-Hotelier oder eine Hebamme, haben ihre persönlichen (Berg-)Geschichten und -Ansichten in der Ausstellung erzählt und neue Besucherinnen und Besucher ins Haus gebracht. Auf dass sie auch in Zukunft alle wiederkommen! ▲

Barbara Keller, Projektleiterin
«Berge versetzen»

barbara.keller@alpinesmuseum.ch

DÉPLACER LES MONTAGNES. UN ÉTAT DES LIEUX

L'exposition inaugurale « Déplacer les montagnes. Un état des lieux » a présenté 1200 objets de la collection du Musée Alpin: une quantité jamais vue. Aucune vitrine ne les protégeait, ils étaient disposés sur le sol et numérotés. Une passerelle de bois dominait ce paysage d'objets et offrait aux visiteuses et visiteurs des perspectives changeantes sur cette collection. Chacun pouvait se munir à l'entrée des onze guides thématiques expliquant ce que le Musée Alpin savait (ou ne savait pas) des objets présentés dans cette exposition. Au deuxième étage, une installation interactive mettait le public en présence d'un choix d'objets, avec la question: « Garder ou jeter cet objet? » Un sondage réalisé auprès de plus de 1000 personnes parmi les visiteurs a montré une perception classique du musée. L'objet préféré était une maquette en relief d'une montagne, le moins apprécié une sphère de verre qui se remplit de neige lorsqu'on la secoue. Ces informations seront encore utilisées par le Musée dans la conception du Camp de base, une future exposition fixe. Au total, 11 513 personnes ont visité l'exposition « Déplacer les montagnes ».

Biwak#01: Digital Oberland. Die Landschaft hören

Das 25 m² grosse Berner Oberland-Relief von Simon Simon gehört seit 1905 zu den Highlights des Alpinen Museums. Biwak#01 zeigte das Relief in einer neuen Inszenierung als Klanglandschaft.

Der Topograf und Reliefbauer Simon Simon (1857–1925) wollte das Berner Oberland-Relief ursprünglich nicht bemalen lassen. Er hielt Farben für gefährlich. Sie waren ihm zu lieblich und zu eindeutig. Das pure, weisse Gipsmodell schien ihm abstrakter und vielsagender. Dennoch musste Simon nachgeben. Das Relief wurde für seine öffentlichen Präsentationen an Welt- und Landesausstellungen naturalistisch bemalt. Häuser und Strassen kamen allerdings nicht vor. Die Bemalung konzentrierte sich auf eine sommerliche Naturlandschaft mit Gletschern, Schneefeldern, Fels, Geröll, Wald- und Wiesland, Feldern, Bächen und Seen. In der ursprünglichen Präsentation im Hodlersaal des Alpinen Museums standen den Besucherinnen und Besuchern Alpenzeiger mit Textlegenden, später Laser-Pointer und ein (analoger) Peakfinder zur Verfügung. Biwak#01 zeigte Simon Simons Naturlandschaft erstmals als interaktive Klanglandschaft, in die 20 Soundquellen aus der Gegenwart integriert wurden.

BÜGELLIFT, HEAVY METAL UND AUTOVERLAD

Die Auswahl der Töne fiel dem Team um den Aargauer Klangkünstler Christoph Brünggel nicht schwer. Die Soundinstallation orientierte sich an den Leitthemen des neuen Alpinen Museums: Identität, Mobilität, Tourismus, Energie, Klimawandel, Alpinismus, Natur- und Siedlungsraum. Konkret bedeutete dies: Es ertönten Jodelklänge aus dem Diemtigtal, – Kettensägen von Waldarbeitern im Saxental, Rudergeräusche des letzten Fischers auf dem Brienersee, der Autoverlad in Kandersteg oder Skipistengeräusche vom Schilthorn. Eine Karte legte offen, wo sich die Töne im Relief verbargen. Die Alltagstöne stammten zu wesentlichen Teilen von Reportern des Oberländer Lokalradios Radio BeO. Die O-Töne aufzuspüren, war Teil des interaktiven Spiels zwischen Publikum und Landschaftsrelief. Besucherinnen und Besucher steuerten durch ihre Bewegung im Raum einen Lichtkegel, der das Relief in der gewünschten Richtung

30. März bis
24. Juni 2012

scannte und bei versteckten Soundquellen stoppte (Umsetzung: iart Basel). Zwischen den O-Tönen ertönten computergenerierte Geländetöne, die ein Soundprogramm mit den Daten der Schweizerischen Landestopografie in Echtzeit rechnet. Das Klangrelief war ein Pionierprojekt für alle Teilnehmenden. Das Relief von Simon Simon ist bis zu seinem nächsten Auftritt ins Depot des Alpinen Museums zurückgekehrt. ▲

BIWAK#01: OBERLAND NUMÉRIQUE. ÉCOUTER LE PAYSAGE

Depuis 1905, la maquette de l'Oberland bernois réalisée sur 25 m² par Simon Simon (1857–1925) a toujours été l'une des vedettes du Musée Alpin. L'exposition Biwak#01 la mettait en évidence sous la forme originale d'un paysage sonore. Cette installation interactive, créée en collaboration avec l'artiste sonorisiste Christoph Brünggel et les techniciens d'iart Basel, scanne la maquette et module selon son relief des sons en provenance du quotidien civilisé et de la nature. L'installation réagit aux mouvements des personnes présentes.



Führung mit einer Gruppe durch die erste Biwak-Produktion

Biwak#02: The Yeosu Selection. Die Schweiz an der Expo 2012 in Südkorea

29. Juni bis
14. Okt. 2012



Kurz vor der Eröffnung

Fünf Teams nahmen am Wettbewerb für den Schweizer Pavillon an der Expo 2012 in Yeosu, Südkorea, teil. Realisiert wurde das Siegerprojekt «The Source. It's in your hands» von Steiner Sarnen Schweiz. Biwak#02 präsentierte die Projektstudien aller Teams. Zusätzlich zeigten Videostatements, was die mehrheitlich südkoreanischen Pavillongäste über die gebirgige Schweiz gelernt hatten.

«Living Oceans and Coasts» hiess das Leitthema der Weltausstellung 2012 in Südkorea. Die Schweiz als Binnenland präsentierte sich als Wasserschloss Europas, das seine Bergwasser in Gletschern speichert und in alle Himmelsrichtungen in vier Meere schickt. Diese Leitidee war die Basis aller 5 Wettbewerbsteams. Die kleine Ausstellung rezyklierte exklusiv die bestehenden Ideenpaper, Skizzen, Materialstudien, Pläne und Modelle der fünf konkurrierenden Teams, inklusive der Siegerarbeit «The Source. It's in your hands» von Steiner Sarnen. Das Siegerprojekt inszenierte als zentrales Erlebnis einen Bohrkern mit viertausendjährigem Gletschereis des Aletschgletschers. Der Schweizer Pavillon war eines der meist besuchten Publikumsziele der ganzen Expo. Das zeigten in Biwak#02 eine Fotoschau und Videostatements von Pavillongästen. Besucherinnen und Besucher sprachen über ihre Eindrücke der meist unbekanntesten Schweiz. Ihr positives Bild von einem schönen Land

der Berge und Gletscher fanden sie bestätigt, was beim mehrheitlich schweizerischen Biwak-Publikum Anlass zu neuen Gesprächen gab. Zur Finissage luden Alpinen Museum und die Botschaft der Republik Korea in der Schweiz lebende Koreanerinnen und Koreaner ein. ▲

Beat Hächler,
Projektleiter «Biwak#02»
beat.haechler@alpinesmuseum.ch

BIWAK#02: THE YEOSU SELECTION. LA SUISSE À L'EXPO 2012 EN CORÉE DU SUD

Cinq équipes ont participé au concours organisé pour la réalisation du pavillon suisse à l'Expo 2012 de Yeosu en Corée du Sud. C'est le projet «The Source. It's in your hands» de Steiner Sarnen Schweiz qui a été retenu. Biwak#02 a présenté les études de projets de toutes les équipes. De plus, des présentations vidéo ont montré ce que les visiteurs du pavillon ont appris de la Suisse.

SCHÖNSTES SCHWEIZER BUCH 2012



Seit den Anfängen des Alpinen Museums gehören die Glasplatten mit den Hochgebirgsbildern von Jules Beck zur Sammlung. Erst hundert Jahre später, in den Jahren 2010/11, wurden sie der Öffentlichkeit mit der Ausstellung von Urs Kneubühl und Markus Schürpf zugänglich gemacht. 2012 ist das opulente Beck-Werk im Verlag Scheidegger & Spiess, mit grossformatigen Bildern in gediegener Gestaltung und Qualität erschienen. Die NZZ lobte: «Jules Beck hat grosse Arbeit geleistet. Bilder, welche die Berge so zeigen, wie man sie vorher noch kaum gesehen hat: Gipfel voller Firn, noch von grossen Gletschern gezeichnet, noch wenig verbaut. Einfach und grandios – ein gewichtiges Werk.» Das gute Urteil teilte auch die Jury im Bundesamt für Kultur und erklärte Beck zum Schönsten Schweizer Buch 2012. Wir freuen uns mit den Autoren Urs Kneubühl, vormaliger Direktor des Alpinen Museums und Markus Schürpf, Berner Fotohistoriker über die Auszeichnung.

Das Buch kann im Shop des Alpinen Museums beschnuppert und gekauft werden.

Urs Kneubühl, Markus Schürpf: Jules Beck. Der erste Schweizer Hochgebirgsfotograf (hrsg. vom Alpinen Museum der Schweiz), Scheidegger & Spiess, Zürich 2012, 272 Seiten, 275 Duplex- und 18 farbige Abbildungen, Fr. 79 (Vorzugspreis im Shop des Alpinen Museums).

LE PLUS BEAU LIVRE SUISSE DE 2012

La Pointe Dufour, le Cervin, l'Eiger, le Mönch et la Jungfrau: Jules Beck fut le premier à photographier de près les montagnes suisses. Le livre «Jules Beck. Der erste Schweizer Hochgebirgsfotograf», édité par le Musée Alpin Suisse, présente l'oeuvre de toute la vie de Jules Beck. Nous sommes particulièrement heureux que le livre d'Urs Kneubühl et Markus Schürpf ait été désigné plus beau livre suisse de 2012.

Biwak#03: Alpenshopping. Eine Instantsammlung

20. Okt. 2012 bis
24. Feb. 2013

Berge drauf, aber keine Berge drin. Biwak#03 präsentierte über 200 Verpackungen von Food-Produkten, wie sie heute in Supermärkten verkauft werden. Die Ausstellung «Alpenshopping» entstand in Zusammenarbeit mit der Schule für Gestaltung Bern und Biel. Zugleich war Biwak#03 ein experimentelles Sammlungsprojekt.

Der Alpstein auf dem Appenzeller Bier. Die Churfürsten auf den Kägi fret. Mal eine Silhouette, mal ein ganzes Panorama. Berge stilisiert oder ganz naturalistisch. Die angehenden Berufsleute des dritten Ausbildungsjahres Polydesign3D der Schule für Gestaltung Bern und Biel (Projektleitung: René Hauser) wählten für die Bergprodukte eine schlichte Inszenierung. Sie steck-

ten die Flaschen, Schachteln, Tuben und Beutel je in eine weisse Papiertüte. Inspiration Press, das internationale Magazin für Warenpräsentation und Shop Design, schrieb in seiner Ausgabe vom Februar 2013 über «Alpenshopping»: «Für uns ist bemerkenswert, wie die Gestalter es perfekt verstanden haben, die grundlegenden Dinge des Verkaufs (Produkt+Verpackung+Bag) mit

minimalsten Mitteln zu inszenieren, ästhetisch hochstehend und erst noch witzig. Hier mutiert im Museum ein Verkaufsladen zur künstlerischen Installation.» ▲

Lea Bähler, Projektleiterin
«Alpenshopping»

lea.baehler@alpinesmuseum.ch

BIWAK#03: ALPENSHOPPING. UNE COLLECTION DE L'INSTANT

Des montagnes à l'extérieur, mais pas à l'intérieur. Biwak#03 a présenté plus de 200 emballages de produits alimentaires vendus actuellement dans les supermarchés. Conçue avec l'École d'arts visuels de Berne et Bienne, l'exposition «Alpenshopping» était également un projet expérimental de collection.



Besucher in der Ausstellung
«Intensivstationen»

Intensivstationen. Die Hinter- bühnen des Wintertourismus

28. Sept. 2012 bis
24. März 2013

Hässlich, elend, schockierend. Die Bilder des Tiroler Fotografen Lois Hechenblaikner lösten teils heftige Reaktionen aus. Die Besucherinnen und Besucher der Ausstellung füllten drei Bücher mit ihren Kommentaren. Medienschaffende publizierten teils mehrseitige Beiträge. «Intensivstationen» zog mit insgesamt 17 000 Besucherinnen und Besuchern deutlich mehr Publikum an als angenommen.

Die Gstaader Schülerin einer Tourismusfachklasse brachte es auf den Punkt: «Ich habe in «Intensivstationen» nichts Neues gesehen, aber ich habe erstmals realisiert, dass viele Städter beim Anblick dieser Bilder tief erschrecken.» Die Tourismuswelt des Lois Hechenblaikner ist in der Tat keine überraschende. Dass Pisten gebaut, Talabfahrten künstlich beschneit und Aprèsskilokale in schlechtem Stil eingerichtet werden, ist nichts Neues. Dass zur sichtbaren Vorderbühne des Wintertourismus aber auch Hinterbühnen gehören, die Wintertouristen nicht sehen (wollen), gehört zum Aha-Effekt von Hechenblaikners Werk. «Intensivstationen» zeigte sie ausführlich und drastisch zugespielt: Müllberge mit geschredderten Altskis, Bilder von Pistenerdarbeiten im Sommer, Grossbaustellen für Kunstschneespeicherseen, Aprèsski-Getränkpumpen in Hüttenkellern oder Gletscherabdeckungen für wegschmelzende Restgletscher. Hechenblaikner rückt ins Bild, was in keinem Prospekt und in keinem Ferienalbum

verewigt wird. Er zeigt die Wintersportorte als erlebnisdesignte Konsumzonen für ein Massenpublikum, die ganz der industriellen Logik folgen. Das Erlebnisprodukt ist beliebig reproduzierbar, weil von Natur und Wetter nahezu unabhängig. Doch was geht die Entwicklung in Österreich die Schweiz an? Um hier keine Missverständnisse aufkommen zu lassen, wurden in der Ausstellung knallfarbige Aufprallschutzpolster aus den grössten Schweizer Ski-gebieten platziert. Sie transportierten Facts and figures zu Pisteninfrastruktur, künstlichem Schnee und investierten Mitteln hierzulande. Die Ähnlichkeiten zum Tiroler Nachbarn waren nicht zu übersehen.

THEMENPLATTFORM ERÖFFNET

«Intensivstationen» löste einen wesentlichen Punkt der Neukonzeption bereits im ersten Jahr ein. Gegenwartsthemen sind brisant und relevant. Sie mobilisieren, schärfen die eigene Wahr-

nehmung und geben zu kontroversen Gesprächen Anlass. Lois Hechenblaikner verliess mit seiner Ausstellung im Alpinen Museum erstmals den Kunstbetrieb. Dass dies möglich wurde, brauchte intensive Gespräche im Voraus und eine lange gemeinsame Planung zwischen Künstler und Ausstellungsgestalter Philipp Clemenz. Es brauchte aber auch Gespräche mit Besucherinnen und Besuchern während der Ausstellungszeit. Das Publikum erwartete teilweise mehr Kontext und mehr Deutung, wie dies in naturhistorischen Museen gebräuchlich ist. Der gratis abgegebene «Pistenplan» zur Ausstellung, das Buch «Winter Wonderland», vor allem aber das reichhaltige Veranstaltungs- und Vermittlungsangebot boten hier Hilfen und Vertiefung (siehe auch Vermittlungsprojekt «Fotoreporter im Skigebiet», S. 14). Die drei ALPS-Foren brachten mit dem Soziologen Gerhard Schulze («Die Erlebnisgesellschaft»), mit dem Tourismusforscher Dominik Siegrist und der SECO-Chefin Marie-Gabrielle Ineichen-

Fleisch drei ausgewiesene Experten zu Diskussionsabenden ins Haus. Klare Publikumsrenner waren die drei öffentlichen Führungen mit Lois Hechenblaikner und der Autorenabend Hechenblaikner über Hechenblaikner. «Intensivstationen» brachte ein neues, jüngerer und gesamtschweizerisches Publikum, sogar aus der Romandie, ins Museum. Das ist ermutigend für die Projekte, die kommen. ▲
Beat Hächler, Projektleiter
«Intensivstationen»
beat.haechler@alpinesmuseum.ch

STATIONS DE SOINS INTENSIFS. LES COULISSES DU TOURISME HIVERNAL

L'exposition «Stations de soins intensifs» présentait les travaux du photographe autrichien Lois Hechenblaikner. Les images de «détestables» pistes de ski et stations de sports d'hiver ont suscité des réactions souvent violentes. Dans «Stations de soins intensifs», Hechenblaikner montre en particulier les revers peu connus des décors de sports d'hiver: montagnes de vieux skis déchiquetés, terrassement de pistes en été, grands chantiers de création de lacs de retenue pour l'eau des installations d'enneigement artificiel, pompes à boissons pour l'après-ski dans les caves des cabanes, bâches de couverture destinées à retarder la fonte des restes de glaciers. Hechenblaikner met en images ce qu'aucun prospectus ni album de vacances n'immortalisera. Il montre les stations de sports d'hiver comme lieux de consommation conçus, selon une logique industrielle, en vue d'événements organisés pour le grand public. Hechenblaikner travaille avec des photos, des vidéos et des installations d'objets. Cette exposition a bénéficié d'une bonne fréquentation romande grâce à la couverture assurée par les médias de la région.

MUSEUMS- NETZWERK



Was verbindet Museen in den Alpen und das Alpine Museum in Bern? Welche Formen von Austausch und Kollaboration sind wünschenswert? Vertreterinnen und Vertreter von Heimat-, Tal- und Regionalmuseen sowie kantonaler Kulturdepartemente folgten der Einladung des ALPS, um diese Fragen gemeinsam anzugehen. Diskutiert wurde über eine gemeinsame Themenagenda, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von alpinen Sammlungen und die Vernetzung von alpinen Kulturhäusern. Der Beitrag von Walter Leimgruber, Professor am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel, gab Denkanstösse zu möglichen Inhalten (O-Ton auf Seite 13).

POETRY SLAM DER DINGE



Die 1200 Objekte der Ausstellung «Berge versetzen» boten auch Geschichtenfutter für eine Slam Show im Hodlersaal des ALPS. Die fünf Slam-Poeten Sam Hofacher, Amina Abdulkadir, Michèle Friedli, Lisa Christ und Diego Häberli traten unter dem Titel «Die Thermosflasche schlug noch einmal auf, bevor sie lautlos in der Tiefe verschwand» gegeneinander an. Sie hatten 10 Minuten Zeit, sich mit Alpen-Lyrik, bergigen Rap-Texten oder abenteuerlichen Kurzgeschichten in die Herzen des Publikums zu performen. Amina Abdulkadir trug die begehrte Flasche Appenzeller Alpenbitter als Siegerin des Abends nach Hause.

DIE ERLEBNISALPEN



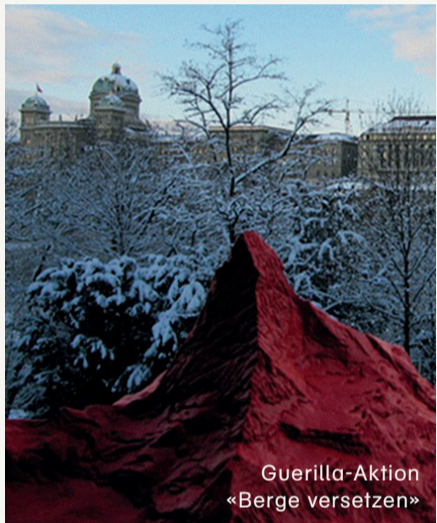
Sein Buch «Die Erlebnisgesellschaft» von 1992 ist längst ein Klassiker. Der deutsche Kulturosoziologe Gerhard Schulze hat sich in den letzten Jahren auch mit den Erlebnisformen des Wintertourismus beschäftigt. Zu Lois Hechenblaikners Bildband «Winter Wonderland» (2012) schrieb er das Nachwort. Im Alpinen Museum referierte Gerhard Schulze zum Auftakt der drei ALPS-Foren zu «Intensivstationen». Er zeichnete unter dem Titel «Die Schöne und das Biest» die Beziehungsgeschichte von Landschaft und Tourismus nach. Seine Einschätzung: «Es gibt zwei touristische Denkwelten: die Denkwelt des Erlebnismarkts und die Denkwelt des eigenen Erlebens. Was Hechenblaikners Bilder zeigen, sind typische Hervorbringungen des Erlebnismarkts.» Dieser Welt hielt Schulze den Wunsch nach mehr eigenem Erleben entgegen.



Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl
© Lois Hechenblaikner



Slam Poetry-Event im Hodlersaal



Guerrilla-Aktion
«Berge versetzen»



11 Thementouren in der Ausstellung
«Berge versetzen»



Hodlersaal
© Architekturbüro groenland Basel



Ein Bergrelief wird in das Parlament getragen im
Rahmen der Budgetdebatte im Nationalrat



01 Digital Oberland
Das interaktive Bergrelief

Innenansicht des neu eröffneten
Museumsrestaurant «las alps»



Jung und Alt versetzen mit vereinten
Kräften an der Museumsnacht
2012 den Berg auf dem Helvetiaplatz



Innenansicht der Ausstellungsräume
während der Umbauphase 2011/2012

5 Tonnen Skimüll. Ausstellung
«Intensivstationen. Alpenansichten
von Lois Hechenblaikner»



ANLIE
LIVRAIS
DELIVE

FERUNG
SONS
RIES



«Hier entsteht vor unseren Augen ein neues Museum im alten.»

Peer Teuwsen, «Die Zeit»

«Le musée bernois affiche sa nouvelle ambition: parler des Alpes d'aujourd'hui.»

Echo Magazin

«Si chacun, chaque jour, fait son possible pour changer les choses ou une chose, l'on arrive à déplacer des montagnes!»

Visiteur

Publikumsstimmen

BERGE VERSETZEN

«J'aimerais avoir une collection comme celle-ci chez moi. Je passerais mes journées à l'ordonner. C'est peut-être pour cela que j'ai tant aimé ce musée. Une très bonne organisation, le choix des objets est exquis. Félicitations, merci pour ce bref voyage vers les montagnes.»

«Zeitgemäss, ansprechend, humorvoll, kein musealer Staub! Weiter so!»
SAC Sektion Burgdorf

«Gegen «aussen» gibt das Alpenmuseum ein falsches Image, drinnen überraschend witzig und leicht – originell, eine andere Gestaltungshandschrift als gewohnt.»

«Eine Freude, wie sich das verstaubte Museum verwandelt hat!»

«Muchísimas gracias por la exposición!»

«Werdet noch mutiger!»

«Nach 5 Jahren in Bern bin ich nun endlich einmal hier gewesen und sehr froh, dass dies kein verstaubtes Museum ist, sondern ein sehr anregendes, modernes Ausstellungskonzept hat.»

«Interessante Neu-Creationen. Aber das «alte» Museum war nicht schlechter.»

«Wir fanden die Ausstellung sehr interessant. All die Gegenstände wecken Erinnerungen. Wir wohnen im Schatten vom Glärnisch. Jetzt gehen wir nach Hause und versetzen den Berg.»

«Interesting, but far from complete!»

«Mehr Museum und weniger Kunst würde ich vorziehen.»

INTENSIVSTATIONEN

«Die nackte Wahrheit wirkt beängstigend, kalt und stimmt mich nachdenklich. Danke für die Einblicke.»

«Ich fahre trotzdem gerne Ski. Konsumferkel gibt es überall.»

«Oh my god, this is insane what your Europeans do to the mountains!»

«Zum Haare raufen! Bilder, die wachrütteln und einem die Augen öffnen.»

«Alles, was Hochglanzmagazine nicht zeigen, ist hier schonungslos, entlarvend und eindringlich präsentiert.»

«Hoffentlich darf Hechenblaikner seine Bilder noch an vielen Orten zeigen! Und wer weiss, vielleicht auch eines Tages im Tirol.»

«Harte Kost! Danke für den Spiegel.»

«Merci für die wertvolle Ausstellung – für den Mut, genau und schonungslos hin zu schauen.»

«Ausgesprochen attraktives und abwechslungsreiches Ausstellungskonzept. Toll! Nicht belehrend, sondern mitunter zynisch genau beobachtet.»

Medienstimmen

BERGE VERSETZEN

«Alles ist neu. Das Haus aus den 1930er-Jahren wurde umgebaut und um zwei Eingänge ergänzt. Die Ausstellungsfläche wurde vergrössert, im Parterre ein Restaurant und ein Experimentierraum namens «Biwak» eingerichtet. Die erste Ausstellung im umgebauten und neu konzipierten Alpen Museum der Schweiz in Bern zeigt 1200 Objekte aus dem Fundus. Neu ist aber vor allem das Konzept. Was das Alpine Museum der Schweiz am Helvetiaplatz in Bern künftig sein will, hat Direktor Beat Hächler gestern an einer Medienorientierung zur Eröffnung seiner ersten Ausstellung mit dem Titel «Berge versetzen. Eine Auslegeordnung» erklärt: Das Haus werde sich neu als «Themenhaus der Gegenwart» positionieren.»
Aargauer Zeitung, 30. 3. 2012, Marco Guetg

«Le musée qui s'interroge sur les Alpes. Fin de l'idylle alpestre. Rénové, le Musée alpin suisse se tourne résolument vers le présent. Mais c'est quoi, un musée moderne?»
Echo Magazine, 28. 6. 2012, Aude Pidoux

«Nach Umbau und Sanierung positioniert sich das Alpine Museum der Schweiz in Bern neu als Themenhaus.»
Walliser Bote, 8. 5. 2012, Georges Tscherrig

INTENSIVSTATIONEN

«Der Berg schreit. Wie der Arzt die Symptome und die Leidensgeschichte eines Patienten aufnimmt, um eine Diagnose stellen zu können, so fotografiert der Tiroler Lois Hechenblaikner die alpine Landschaft. Muss man sie als Patientin betrachten? Man muss.»
NZZ am Sonntag, 23. 9. 2012, Nadine Olonetzky

«So hässlich sind die Alpen ... in Österreich.»
Blick am Abend, 27. 9. 2012, Roger Baur

«Im Berner Alpen Museum zeigt der Tiroler Fotograf Lois Hechenblaikner, wie der Massentourismus die Bergwelten verschandelt. Absolut sehenswert – auch für Touristiker.»
Hotelrevue, 20. 12. 2012, Gery Nievergelt

«Herzlich willkommen im alpinen Gruselkabinett.»
Berner Kulturagenda, 27. 9. 2012, Christine A. Bloch

«Ja, hier in Bern entsteht vor unseren Augen ein neues Museum im alten, ein Museum, das sich nicht damit begnügt, die Dinge, die der Alpinismus mit sich bringt, perfekt zu präsentieren und zu inszenieren, die Geschichten, die er geschrieben hat – welche schrecklich heroische Geschichten! –, nachzuerzählen. Nein, hier soll keine Aufbewahrungsstätte stehen, hier entsteht ein Museum, wie man es sich wünscht. Es will eingreifen in den gesellschaftlichen Diskurs, will zum Thema werden, will auch mal Stellung beziehen, und das kann es nur, wenn es sich der Gegenwart stellt. Hechenblaikner zeigt diese Gegenwart, eine Gegenwart, die nicht unsere Zukunft sein muss.»
DIE ZEIT, 4. 10. 2012, Peer Teuwsen

«Klarer Blick auf die Alpenrückseite. Was ist nur mit unseren Bergen passiert? Das Alpine Museum in Bern lädt zu einer Tour abseits der Postkartenidylle.»
Coopzeitung, 30. 10. 2012, Franz Bamert

«Hinterbühne des touristischen Wahnsinns. Mit gnadenlosen Fotografien und scharfen Installationen entlarvt der Tiroler Künstler Lois Hechenblaikner vor dem Start zur Wintersaison den Wachstumsfuror des Skitourismus in seiner Heimat. Im Spiegel, den er uns vorhalten will, kann man auch das Berner Oberland erkennen.»
Berner Zeitung, 29. 9. 2012, Jürg Steiner

«So drastisch führt sonst keiner vor, wie der Massentourismus die Alpen umpflügt: Der Tiroler Fotograf Lois Hechenblaikner zeigt sein Werk im Alpen Museum in Bern. In der Heimat kann er das vergessen. Mit seiner schwerfälligen Grossformatkamera und dem Stativ steigt er ins Après-Ski-Inferno, in den Hüttendisco-Krawall neben den Pisten. Das ist die Zone, in der der Ausnahmezustand regiert. Ballermann in den Bergen.»
Tages-Anzeiger, 2. 10. 2012, Daniel Di Falco

«Ein Museum bezieht Stellung. Über Hechenblaikers Fotos wurde kein Fotoshop-Hochglanzkatalog-Filter gelegt. Die Bilder sind dokumentarisch, sie bilden die Realität ab, ohne sie zu beschönigen. Eine hässliche Realität, die nicht nur im Tirol vorzufinden ist, sondern beispielsweise auch in Graubünden Einzug hält. In der klug arrangierten Ausstellung können diese kritischen Alpenansichten ihre erschreckende Wirkung entfalten und lassen die künftige Ausrichtung des Museums als Plattform für zeitgenössische Bergthemen erkennen. Zahlreiche Rahmenveranstaltungen wie Gespräche über die Nachhaltigkeit des Tourismus runden die Ausstellung ab und zeigen, wie ein Museum Stellung zu einem gesellschaftlichen Diskurs beziehen kann.»
Die Südschweiz, 11. 10. 2012, Magdalena Nodolska

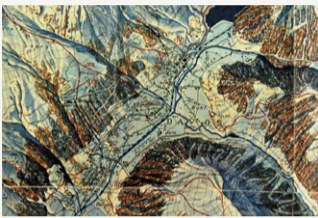
«Die Ausstellung «Intensivstationen» öffnet einen Fächer an Fragen, sie führt vom visuellen Schlag in die Magengrube zu grundsätzlichen Gedanken über das Verhältnis der Menschen zu ihrer alpinen Region. Das ist eine grosse Stärke der Installation, die fast ohne Text auskommt und auch auf ein belehrendes Fazit verzichtet.»
Neue Zürcher Zeitung, 1. 11. 2012, Urs Bloch

«EXPO CHOC Le Musée alpin suisse vient écorner l'image idyllique du tourisme en Autriche. Provoc ou miroir tendu à la Suisse?»
Le Matin, 29. 9. 2012, Albertine Bourget

«Ein Tiroler Künstler macht Furore im Ausland. Im Ausland hört man hin, was Lois Hechenblaikner zu sagen hat. In Tirol hört man – noch – lieber weg!»
Kronen Zeitung (A), 16. 12. 2012, Moni Brüggeller

Von der Briefmarke bis zum Gletscherschutzvlies – 99 Objekte und 45 Fotos fanden 2012 den Weg in die Sammlung des ALPS, fast ausnahmslos als Schenkungen.

Du timbre postal à la bâche de protection d'un glacier, les collections de l'ALPS se sont enrichies en 2012 de 99 objets et de 45 photos. Il s'agit presque exclusivement de dons.



Skitourenkarte Parsenn Davos Klosters 1:25 000, nach 1932



Gletscherschutzvlies Ice Protector Optiforce vom Gemsstock, Andermatt, 2011



Feldflasche und Sandwichdose aus Aluminium, um 1935



Rucksack Cierzo von Arc'teryx, 2012



Abseilgerät und Bremsbügel 74, Modell Munter, nach 1974



Klettergurt von Mammut, um 1990



Kletterschuhe Solution La Sportiva, 2012



Klemmgerät Camalot C4 blue no.3 von Black Diamond, 2012



Briefmarke Helvetia 85 gestaltet von Stefan Eicher, 2005



CU-Sicherungsbrille G 2.0 von Power'n Play, 2012



Kletterleibchen der Schweizer Frauen Nationalmannschaft 2007–09, 2009



Lawinenschaufel Raptor von Mammut, 2012

Fotoarchiv Brügger

Im Dezember konnte das Alpine Museum zudem das Fotoarchiv der Kunstanstalt Brügger Meiringen als Schenkung der Kulturstiftung BBO Bank Brienz Oberhasli übernehmen. Der Bestand enthält ca. 96 000 Bildträger mit Interieur- und Architekturaufnahmen, Landschaften, Ortsbildern sowie touristischen Szenen von ca. 1900 bis 1990.

ARCHIVES PHOTO BRÜGGER

D'autre part, le Musée Alpin a pu reprendre les quelque 96 000 clichés des archives photographiques de l'atelier d'art Brügger Meiringen.



Skifahrer beim Hotel Alpenrose, Riederalp, um 1950, Fotoarchiv Brügger



Tennis spielende Frauen beim Hotel Rosenluis, 1920er Jahre, Fotoarchiv Brügger



Terrasse der Confiserie Paulet, Villars, 1930er Jahre, Fotoarchiv Brügger

ALPS unterwegs

GRINDELWALD – BERLIN – CAMBRIDGE
15 Museumsobjekte waren 2012 als Leihgaben unterwegs. U.a. im Grindelwald Museum, im Kunsthaus Langenthal, an der ETH Zürich (focusTerra), am Jahreskongress der SCNAT in Interlaken und am Salon des Antiquaires in Lausanne. Ausserdem wurden 31 Reproduktionen von Objekten und Fotografien aus den Beständen des ALPS an Ausstellungen in Guttannen, auf dem Eggishorn, im Nolde-Museum in Berlin sowie an der Harvard University in Cambridge gezeigt. Über 80 Bilder aus dem ALPS wurden in Publikationen oder auf online-Portalen veröffentlicht. 7 Personen recherchierten im Rahmen von wissenschaftlichen Arbeiten in der Sammlung des ALPS.

L'ALPS EN ROUTE

GRINDELWALD – BERLIN – CAMBRIDGE
En 2012, 15 objets appartenant au Musée ont été prêtés. 31 photographies et reproductions d'objets ont été présentées lors d'expositions dans le pays et à l'étranger, plus de 80 photographies ont été intégrées à des publications ou à des portails en ligne. 7 personnes ont travaillé dans l'ALPS à des recherches dans le cadre de travaux scientifiques.

CAMBRIDGE



Foto: Justin Knight

Ausstellung: Cartographic Grounds: Projecting the Cartographic Imaginery, Graduate School of Design, Harvard University, Cambridge, MA
Ausgestelltes Objekt: Reproduktion eines Ausschnitts des Kartengemäldes Das Gebiet um den Walensee 1:10 000 von Eduard Imhof, 1938

LANGENTHAL



Foto: Markus Jegerlehner

Ausstellung: ICE AGE OUR AGE – EISZEIT JETZTZEIT, Ballads and Enquiries Concerning the Last Glacial Maximum, Kunsthaus Langenthal
Ausgestelltes Objekt: Lithografie Glacier du Rhône, partie inférieure von J. Bürck (nach einem Aquarell von Hogard), 1849

ZÜRICH



Ausstellung: FocusTerra ETHZ, Quer durchs Grönlandeis – 100 Jahre Schweizer Grönlandforschung, ETH Zürich, focusTerra
Objekte: Steigeisen, Bergseil und Gletscherbrille um 1910

Was verbindet das Alpine Museum der Schweiz und lokale Museen in den Alpen? Die Frage stellte das ALPS-Forum «Kultur – Alpine Themen im Museum» vom 7. Mai 2012 im Alpinen Museum in Bern. Über 30 lokale Museen folgten der Einladung. Walter Leimgruber, Professor am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel, gab eine erste mögliche Antwort. Es sind die Themen der Gegenwart, die verbinden. O-Ton gibt das Referat gekürzt wieder.



Walter Leimgruber, Professor am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel

«Es gibt keine alpinen Themen. Alle Themen sind alpin.»

Wenn wir den Begriff «alpine Kultur» hören, sehen wir in uns Bilder von schroffen Felswänden und saftigen Weiden, prächtigen Kühen und kräftigen Sennen, getränkten Häusern und schieferbedeckten Dächern, kämpferisch-eigensinnigen Berglern und fleissigen Bauersfrauen. Wir hören Betruf und Juchzer, Naturjodel und Alphorn, Geissenglöcklein und Treichel. Welche Bilder und Töne tauchen beim Begriff «mittelländische Kultur» in uns auf? Keine. Dort, wo die meisten von uns wohnen, gibt es keine prägenden Bilder! Da kann man deshalb auch die Landschaft überbauen und verschandeln wie man will, das interessiert niemanden.

Unsere Altvorderen, Politiker, Historiker, Volkskundler, Pädagogen haben ganze Arbeit geleistet bei der Konstruktion des klassischen Bildes alpiner Kultur. Es sind Bilder, die zum Kernbestand der nationalen Identität, des schweizerischen Selbstverständnisses gehören, auch des Images im Ausland. Bilder, die viel und gleichzeitig wenig mit der Realität zu tun haben, die umgeformt und angepasst werden können, und die doch so unglaublich zäh sind.

DIE ALPEN ALS KOMPENSATIONSRAUM

Die Alpen dienen seit jeher der Kompensation von Verlustgefühlen in einer sich rasch wandelnden Welt. Damals im 19. und frühen 20. Jahrhundert war es das als Verlust empfundene Verschwinden von Lebenswelten, die der Industrialisierung und Urbanisierung zum Opfer fielen, und die Angst vor den Umwälzungen der Moderne, welche die Welt in einem bis dahin nie gekannten Ausmass veränderten. Eine Angst, die von vielen geteilt wurde. Man wollte erhalten, sammelte Relikte und untersuchte aussterbende Formen. Die Alpen erschienen als Hort der Bewahrung von alten, angeblich unveränderten Traditionen, Mythen, Überlieferungen, als Ort, wo sich Dinge halten, die andernorts längst verschwunden sind. Dieses Bild bestimmt unser Denken bis heute: archaisch, echt, authentisch, das funktioniert bis zur Werbung für Hightech-Outdoor-Ausrüstung oder für die SBB mit Lötschentaler Masken-Plakaten.

Die Naturwissenschaften und die Ökologie reagieren heute auf ähnliche Erfahrungen, auf das Aussterben von Pflanzen und Tieren durch die zunehmende, im Rahmen der Globalisierung beschleunigte Nutzung und Zerstörung natürlicher Ressourcen. Heute entstehen deshalb die Bilder eines ökologischen Rückzugsgebietes, das es zu erhalten gilt. Das in der Ökologie wichtige Insel- und Wildnisdenden sucht sich hier Plätze, denn im Mittelland findet man diese nicht mehr. Diese Reliktlandschaften, Inseln der Natur, wie sie heute von vielen Ökologen gefordert werden, sind mit damaligen volkskundlich erforschten kulturellen Rückzugsgebieten vergleichbar, den Tälern, wo die Welt noch in Ordnung, heil ist.

Während man in der Phase der Industrialisierung den Verlust vor allem auf der gesellschaftlichen Seite sah und die Beschäftigung damit den Kultur- und Geisteswissenschaften zuwies, macht sich heute die Verlusterfahrung primär im Bereich der Natur bemerkbar. Statt um Heimat- und Freilichtmuseen geht es deshalb um die Gründung von Naturschutzparks, Biosphärenreservaten und von Menschen unberührten Wildnis-Landschaften, um Freilichtmuseen der Natur sozusagen.

Die Menschen schaffen sich, wie dieses Beispiel von den Kompensationsräumen zeigt, die Bilder von Vergangenheit und von Tradition, die sie brauchen. Das Spätere ist nicht als adaptiertes Überbleibsel des Früheren zu verstehen, sondern die Erzählungen vom Vergangenen sind eine Funktion und eine Konsequenz der Gegenwart.

«Dort, wo die meisten von uns wohnen, gibt es keine prägenden Bilder!»

ALPINE MUSEEN UND DEREN MÖGLICHE INHALTE

Erholungswerte, Nachhaltigkeitswerte, ökologische Werte, Lebensstilwerte sind zentrale Themen, die in alpinen Museen zur Diskussion gestellt, konkretisiert werden und exemplarisch abgehandelt werden können. Wie schön lassen sich doch Ausstellungen für Mountainbikerinnen und Nacktwandrer, für Wing Suit-Abenteurer und Wellnessliebhaber, für Investoren und Kräutersucher-

rinnen gestalten, malen Sie sich das mal aus!

Dazu kommen die vielen politischen Fragen: Was sind die Reibungsflächen der Demokratie, wie sie hier zum Vorschein kommen? Schliesslich sind die Bergler die Erfinder der Demokratie, seit 1291 exportieren sie sie, zumindest hören wir das bisweilen. Und die bürgerlich-städtischen Eliten pflegen seit Goethes Zeiten ein ambivalentes Verhältnis zu diesen Wilden, die sie mal als edel, hehr, rein, unverdorben, urdemokratisch, mal als derb, plump, primitiv, hinterwäldlerisch und verschlagen sehen, manchmal auch in Kombination.

Die Wirtschaft, die Geldflüsse von hier nach dort und von dort nach hier, die Wertschöpfungen wären ein weiteres Thema. Wer bezieht wo seinen Lohn und bezahlt wo Steuern? Welche Gelder fließen privat, staatlich, via verschiedene Organisationen in welche Richtung? Das liesse sich attraktiv visualisieren, in Form von Geldleitungen, die sich wie Stromleitungen durch die Landschaft schlängeln, von Geldspeicherseen, Kreditpumpwerken und Verschuldungsstaudämmen, von Steuerlandschaften mit Steuerbergen und -tälern.

Die Landschaft, mein nächstes Thema, und deren Wahrnehmung sind vom geschichtlichen Wandel und unseren subjektiven Werten abhängig. Deshalb ändert sich das Bild von den Alpen ständig. «Die Alpen sind ganz und gar ein geschichtliches Phänomen», schreibt Hans Weiss im Artikel «Welche Zukunft für die alpine Kulturlandschaft?». Dennoch spricht er dann davon, dass die neuen touristischen Formen wie Skiaren, Erlebnis-, Techno-, Themen- und Vergnügungsparks Land und Boden verbrauchen, «die dann für authentische Erlebnisse und Angebote nicht mehr zur Verfügung stehen. Inszenierte Freizeitparks dehnen sich samt ihren die Mobilität fördernden Nebenfolgen auf Kosten authentischer Landschaft aus.» Was aber ist authentisch, wenn Landschaft von geschichtlichem Wandel und unseren subjektiven Vorstellungen abhängig ist,

wie Weiss oben sagt, wie kann man diesen Begriff sinnvoll nutzen, wenn man die Subjektivität der Wahrnehmung erkannt hat? Genau hier liegt der zentrale Punkt: Wir wollen bestimmte Landschaften geniessen und retten, aber wir wollen sie auch gleichzeitig nutzen können.

LANDSCHAFT ALS LEITTHEMA

Die Frage der Landschaft wird in der Schweiz zentrales Thema der nächsten Jahrzehnte sein: Raumplanung, Migration, Infrastruktur, Mobilität heissen die Themen, die sich daraus ableiten. Es ist in der Tat unglaublich, wie schnell wir alles überbauen. Welche Landschaften wollen wir überhaupt, hier in der Stadt, dort in den Bergen? Welche Strategien möchten wir, welche sind gescheitert, welche wurden noch nicht ausprobiert? Was sind mögliche Szenarien? Schliesslich: Was heisst Globalisierung? Ein abstraktes Zauberwort, was bedeutet es konkret, an einzelnen Orten für einzelne Menschen, für die Bergbäuerin, den Tamilen in der Gastronomie? Was bewirken die globalen Finanz-, Waren-, Dienstleistungs- und Menschenströme? Wie steht das überaus verankerte lokale Denken zu diesen Entwicklungen? Wie verhalten sich Strategien, die als Abgrenzung erscheinen –

etwa Regionalisierungskonzepte –, zur Globalisierung?

Es geht nicht um die Frage alpin – nicht alpin, sondern um Beziehungen zwischen ländlichen und städtischen Regionen, zwischen vorindustriellem und industriellem und zunehmend postindustriellem Zustand, um die Asynchronität zwischen dem äusserlich rezipierten Fortschritt und dem inneren Beharren der Menschen.

Wie Sie sehen, sind meine Themen im Prinzip gar keine alpinen Themen. Es gibt auch gar keine alpinen Themen, denn alle Themen sind alpin. Man kann die grossen Fragen der Gesellschaft, ihr Hier und Jetzt, aber

auch ihre historischen Entwicklungen, wunderbar am Beispiel des Alpenraums abhandeln, weil es sie in diesem ebenso gibt wie anderswo, weil sie hier aber vielleicht besser und deutlicher lokal festgemacht, in konkreten Lebenswelten verankert werden können, was sie anschaulicher und begreifbarer macht.

IL N'Y A PAS DE THÈME EXCLUSIVEMENT ALPIN: TOUS LES THÈMES SONT ALPINS

L'image de la « Suisse alpine » est faite aujourd'hui de montagnes et de montagnards. Les basses plaines, où vivent et travaillent la plupart des Suisses, ne sont que peu illustrées en comparaison. Depuis toujours, les Alpes apportent une compensation aux sentiments de déréliction suscités par un monde en perpétuel changement. Ce rapport paradoxal entre le haut et le bas signifie également qu'il n'y a pas de thème exclusivement alpin: les Alpes habitent tous les thèmes. Les musées alpins peuvent ainsi traiter des grandes questions d'actualité telles l'identité, l'aménagement du territoire, la mobilité, les équipements d'infrastructure, l'énergie, les migrations etc. Tous ces sujets peuvent faire ailleurs l'objet de présentations, mais les musées et espaces alpins permettent de les rendre particulièrement spectaculaires et compréhensibles.

«Wir wollen bestimmte Landschaften geniessen und retten, aber wir wollen sie auch gleichzeitig nutzen können.»



Eine Auswahl der Bilder die von Schulklassen eingereicht wurden. Die «Chässchnitte» erhielt die meisten «likes» auf facebook und wurde als Siegerbild erkoren.

Pelzmäntel und Chässchnitten

Vermittlung heisst im Alpinen Museum mehr als Führungen und Workshops. Zur Ausstellung «Intensivstationen. Alpenansichten von Lois Hechenblaikner» entstand dank einem Beitrag der Stiftung Corymbo das Vermittlungsprojekt «Fotoreporter im Skigebiet». Je zwei Schulklassen aus Bergregionen (Pontresina und Habkern) und aus dem Mittelland (Wichtrach und Zollbrück) fotografierten aus ihrer Sicht Schweizer Wintersportorte. Das Bildmaterial wurde in der Ausstellungsvermittlung eingesetzt.

Lois Hechenblaikers Fotografien über den Massentourismus im Tirol polarisierten. Schonungslos zeigen sie die Schattenseiten des industriellen Wintertourismus. Das Fotografieren von Bergpanoramen und Pulverschneehängen im Sonnenschein überlässt der Künstler den Marketingabteilungen der Tourismusdestinationen. Gerade Jugendliche werden von Tourismusregionen vermehrt mit einer Vielfalt an Pisten, unzähligen Halfpipes und Aprèsski-Partys als Zielgruppe angesprochen. Wie nehmen sie jedoch den Wintertourismus wahr? Und welche unterschiedlichen Beobachtungen machen Jugendliche aus Bergregionen und Jugendliche aus dem Mittelland? Diesen Fragen gingen wir im Vermittlungsprojekt nach. Fotodestinationen waren die Wintersportorte Pontresina, Melchsee Frutt, Habkern, Adelboden.

OBEN UND UNTEN. DER BLICK IST ANDERS

Tatsächlich unterscheiden sich die Bilder der Jugendlichen aus dem Ober- und Unterland. Die eher städtisch geprägten Jugendlichen, die den Wintertourismus vor allem von Skilagern und aus den Ferien kennen, fotografierten schöne Bergsilhouetten, präparierte Pisten, sich selber als fröhliche Gruppe oder die heiss geliebten Chässchnitten in der Pistenbeiz (die besten kriegt man scheinbar auf der Melchsee Frutt). Etwas anders sehen in der Tendenz die

Bilder der Jugendlichen aus Bergregionen aus. Sie sind differenzierter, vor allem was die Wahrnehmung des Tourismus betrifft. Die Schulklassen aus Pontresina schickte Aufnahmen von pelztragenden Feriengästen an einem Polorennen, von Renngruppen des ortsansässigen Skinachwuchs, von Markierungen, die den Rückgang des Morteratschglätschers anzeigen, von Schneekanonen oder einer Gruppe von Eiskletterern.

FOTOS ALS AUSGANGSPUNKT. BESUCH IM MUSEUM

Die Schulklassen, die sich aktiv beteiligt hatten, erhielten eine dialogische Führung durch die Ausstellung «Intensivstationen», in der die eigene Fotoreportererfahrung zum Tragen kam. Die Schulklassen aus Habkern diskutierte intensiv das Für und Wider für die Instandhaltung ihres kleinen Skilifts. Die Klasse aus Zollbrück debattierte vor allem über die Produktion von Kunstschnee. «Für meine Schüler war dies ein sehr interessanter Ausstellungsbesuch, da sie als Konsumenten von Skigebieten direkt vom Thema betroffen sind. Für uns war die Projektteilnahme ein Super-Einstieg ins Thema Tourismus» meinte Stefan Wittwer (Sekundarlehrer Schule Zollbrück) am Schluss des Ausstellungsbesuchs. Insgesamt besuchten über 120 Gruppen, Schul- und Erwachsenengruppen, die Ausstellung «Intensivstationen». Das Thema

der im Unter- und Oberland unterschiedlichen Wahrnehmung des Berglandes wird das Alpine Museum weiter beschäftigen. ▲

Lucia Reinert,
Vermittlung
lucia.reinert@alpinesmuseum.ch

MANTEAUX DE FOURRURE ET TRANCHES AU FROMAGE

Pour le Musée Alpin, la communication ne se résume pas aux visites guidées et aux ateliers. À l'occasion de l'exposition «Stations de soins intensifs. Images des Alpes par Lois Hechenblaikner», une contribution de la Fondation Corymbo a permis de réaliser le projet de communication «Reporter photo dans le monde du ski». Deux classes d'école en provenance respectivement de régions de montagne (Pontresina et Habkern) et du Plateau (Wichtrach et Zollbrück) ont photographié des stations de sports d'hiver sous l'angle qui les intéressait. Le matériel photographique qui en est résulté a été utilisé dans la communication de l'exposition.

En haut et en bas. Un regard différent Les photographies réalisées par les jeunes provenant des régions d'altitude sont différentes de celles réalisées par les jeunes de la plaine. Plutôt citadins, ces derniers connaissent le tourisme

hivernal surtout par les camps de ski et les vacances; ils ont photographié de belles silhouettes de montagnes, des pistes bien préparées, ils se sont portés en groupes joyeux ou en dégustateurs de tranches au fromage dans la buvette d'altitude. Les photographies réalisées par les jeunes des villages de montagne reflètent une appréciation plus différenciée, surtout pour ce qui concerne le tourisme. La classe de Pontresina a envoyé des photos de touristes en manteaux de fourrure lors d'un concours de polo, de groupes de coureurs de la relève du club de ski local, de marques balisant le recul du Morteratschglätscher, de canons à neige ou d'un groupe pratiquant l'escalade en glace.

Les classes d'école qui ont participé activement à ce projet ont bénéficié d'une visite guidée interactive de l'exposition «Stations de soins intensifs» où les élèves ont pu comparer leur propre expérience de reporters photographes. La classe de Habkern a discuté intensivement le pour et le contre du maintien du petit télésiège du village. La classe de Zollbrück a débattu surtout de la production de neige artificielle. Au total, plus de 120 groupes d'élèves et d'adultes ont visité l'exposition «Stations de soins intensifs». Le thème de la perception différente de l'espace alpin par ses habitants et par ceux des plaines fera encore l'objet des préoccupations du Musée Alpin.

Mandate, Worte, Texte

Das Alpine Museum der Schweiz stellt sein Wissen nach Möglichkeit anderen Institutionen und Personen zur Verfügung. So auch im vergangenen Jahr.

Autant qu'il est possible et comme il l'a fait au cours de l'année passée, le Musée Alpin Suisse met son capital de connaissances à disposition d'autres institutions et personnes.

MANDATE

Beat Hächler:
– Mitglied ICAS
– Vorstand ICOM Schweiz, Jury Philalp-Wettbewerb 2012, Thun
– Kulturkommission des Schweizer Alpen-Club

Barbara Keller:
– Redaktion museums.ch

REFERATE / WORKSHOPS

Barbara Keller:
– Bodenseetagung 2012 von ICOM Deutschland, Schweiz und Österreich, Bregenz
– Tagung 2012 der Kommission für Sachkulturforschung und Museum der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde im Museum der Alltagskultur, Stuttgart

Beat Hächler:
– HELGA 2012. Das Schweizer Fachtreffen für Szenografie und Kommunikation im Raum, Luzern

Lucia Reinert:
– Mediamus Regionalgruppe Bern. Vermittlungsarbeit zur Ausstellung «Berge versetzen – Eine Auslegeordnung»
– Kuverum zu Besuch im Alpinen Museum. Neukonzeption und Vermittlungsarbeit im Alpinen Museum

BERATUNGEN

Beat Hächler:
– Agrarmuseum Burgrain, Willisau
– Engadiner Museum, St. Moritz
– Dahlem Lab, Berlin
– Naturmuseum Luzern
– SAC Section Les Diablerets, Jubiläumsausstellung
– SAC Sektion Tödi, Grünhornhütte
– Schloss Heidegg, Gelfingen
– Schloss Werdenberg, Werdenberg

Bettina Riedrich:
– MiniMuseum Müren

PUBLIKATIONEN

Jules Beck. *Der erste Schweizer Hochgebirgsfotograf*, Scheidegger & Spiess, Zürich 2012 (hrsg. vom Alpinen Museum der Schweiz, Urs Kneubühl und Markus Schürpf)

Gegenwartsräume. Ansätze einer sozialen Szenografie im Museum, in: Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli, Sibylle Lichtensteiger: *Das partizipative Museum*. Zwischen Teilhabe und User Generated Content, Bielefeld 2012, S. 136–145 (Beat Hächler)

Willkommen ihr Zielgruppen, in: *Die Alpen*, 1/2012, S. 53 (Beat Hächler)

Die Hörner sind los, in: *Die Alpen*, 2/2012, S. 48 (Beat Hächler)

Das Alpine Museum ganz neu. Berge versetzen – Eine Auslegeordnung. In: *Mmbe Rundbrief* Nr. 35, Februar 2012 (Lucia Reinert)

Alpentapas, Brunch und Bücherberge

Die alten Fenstergitter sind weg. Die frühere Dauerausstellung ist nur noch Erinnerung. Das neu gestaltete Erdgeschoss des Alpinen Museums gleicht einer einladenden Piazza. Hier führt Edith Aebi das Restaurant «las alps» und Helen Moser den intelligentesten Souvenirshop der Stadt Bern. Für beides braucht es kein Museumsticket. Aber es gibt gute Gründe, trotzdem eines zu lösen.



Ski- und Gletscherbrillen, ca. 1910 bis 1955

Das Museumsrestaurant «las alps» hat sich in der Berner Gastroszene bereits im ersten Jahr einen festen Platz gesichert. Nach sechs Wochen erhielt «las alps» die Nomination für den Swiss Gastro Award. Das Konzept ist so einfach wie erfolgreich. «las alps» bietet eine einfache alpine Küche zeitgenössisch interpretiert. «las alps» ist kein Gourmetempel mit Sternen, sondern eine Beiz fürs Quartier und das Museumsvolk, das gerade zu Gast ist. Es wird jeden Mittag frisch gekocht. Auch die kleine Karte bietet Grosses mit Alpentapas, Suppen und selbst Gebackenem. Die Nachfrage gibt der Wirtin recht. Ohne Reservation bekommt man über Mittag kaum einen Platz. Die 55 Plätze sind zur rush hour heiss begehrt. An warmen Frühlings- und Sommertagen laden die zusätzlichen Tische auf der Sonnenterrasse zum Verweilen ein. Besonders beliebt ist an Sonntagen das reichhaltige Brunchbuffet mit viel Selbstgemachtem. Es machte das Museum in kurzer Zeit zu einem beliebten Treffpunkt junger Familien und

Quartierbewohner. «las alps» kann auch ausserhalb der Museumsöffnungszeiten gemietet werden. Auf Wunsch bekochen Edith Aebi und ihr Team private Anlässe im Museum und bieten Bankette, Apéros und Stehlunches an.

GRÖSSER, GERÄUMIGER UND ORIGINELLER

Souvenirgeschäfte gibt es in der Touristenstadt Bern einige, die handgeschmiedeten Messer von Thomas Lampert aus Guarda oder die Handtaschen aus Skifellen der Geschwister Weiss gibt es aber nur im Shop des Alpinen Museums. Helen Moser und ihr Team setzen auf hauseigene und exklusiv eingekaufte Produkte sowie eine erlesene Auswahl an aktuellen Bergbüchern. Bergkrimis, Berganthologien, Fotobände, Berg-Kochbücher, Bergführer und Sachbücher zu Bergthemen sind sorgfältig ausgewählt. Renner sind – wie in vielen Museen – die schwarzweissen und farbigen Postkarten mit Motiven aus der eigenen Sammlung: der historischen Fotosammlung, der Plakatsamm-

lung oder der Objektsammlung. Um die Schätze der Sammlung einem breiteren Publikum zugänglich zu machen, entstand eine Serie von Postkarten mit Exponatgruppen – wie die hier abgebildeten Brillen. Das Sortiment wächst laufend und reagiert auf aktuelle Ausstellungen. Bald steht auch der e-Shop auf alpinesmuseum.ch ▲

Les anciens grillages apposés aux fenêtres ont disparu. L'exposition permanente n'est plus qu'un souvenir. Nouvellement aménagé, le rez-de-chaussée du Musée Alpin a pris l'allure d'une accueillante piazza. C'est ici qu'Edith Aebi gère le restaurant «las alps», et Helen Moser la plus intelligente boutique de souvenirs de la ville de Berne. Ces deux établissements sont accessibles sans billet d'entrée au Musée, mais il y a quand même de bonnes raisons d'acheter ce dernier.

IHRE FIRMA IM ALPS

Das Alpine Museum bietet Sitzungszimmer, Veranstaltungsräume, Führungen als Begleitprogramm und kulinarische Streifzüge der alpinen Küche im Museumsrestaurant «las alps».

Melden Sie sich bei Nicole Herzog unter 031 350 04 42 oder booking@alpinesmuseum.ch



Helvetia Club

Die Schweiz, die Berge und der Schweizer Alpen-Club. Eine Ausstellung
20. April 2013 bis 30. März 2014

Eine Schweiz ohne SAC ist so undenkbar wie eine Schweiz ohne Berge. Der Schweizer Alpen-Club hat die Schweiz in den letzten 150 Jahren mitgestaltet und mitgeprägt. Er war Sportclub, Sprachenclub, Kulturclub, Politikclub und Naturclub in einem. Und er ist es heute noch. Mehr denn je. 150 Jahre nach der Gründung blickt die Ausstellung «Helvetia Club» im Alpinen Museum zurück in die reiche Vergangenheit und nach vorn in die Gegenwart und Zukunft des Vereins. Das Haus am Helvetiaplatz 4 verwandelt sich in eine geschichtenreiche Berghütte mitten in der Stadt. Die Ausstellung erzählt in Aufenthaltsraum, Hüttenküche und Matratzenlager von Gipfelgefühlen und Talabfahrten, von Kameradschaft und Konflikten, von Frauenfragen und Umweltsorgen. Der Aufstieg zur Hütte ist ausnahmsweise nicht steil, das Panorama jedoch umso überraschender.

HELVETIA CLUB
La Suisse, la montagne et le Club Alpin Suisse.
Une exposition
20 avril 2013 au 30 mars 2014

Une Suisse sans CAS est aussi impensable qu'une Suisse sans montagnes. Le Club alpin suisse a contribué à forger la stature et l'identité de la Suisse au cours des 150 dernières années. Il a été un club de sport, de langues, de culture, de politique et de nature. Il est encore tout cela. Plus que jamais.

150 ans après sa fondation, l'exposition «Helvetia Club» présentée au Musée alpin jette un regard sur ce riche passé, sur le présent et sur l'avenir de l'association. Au milieu de la cité, le bâtiment de l'Helvetiaplatz 4 se transforme en cabane de montagne chargée d'histoire. À travers la salle commune, la cuisine de la cabane et le dortoir, l'exposition raconte les joies des sommets vaincus et des descentes à ski, la camaraderie et les conflits, les questions relatives aux femmes et les soucis concernant l'environnement. Exceptionnellement, la montée en cabane n'est pas raide, mais le panorama d'autant plus surprenant.

ÖFFENTLICHE FÜHRUNGEN

Sonntag, 28. April | 12. Mai | 2. Juni | 25. August | 15. September | 20. Oktober | 17. November | 8. Dezember 2013 | 19. Januar | 16. Februar | 9. März 2014, jeweils 11 – 12 Uhr

FAMILIENWORKSHOP: EIN HUT, EIN STOCK, EIN REGENSCHIRM

Sonntag, 5. Mai | 9. Juni | 8. September | 27. Oktober | 24. November 2013 | 26. Januar | 23. Februar 2014, jeweils 11 – 12.30 Uhr

Biwak#05:

City Mountains. Made in Taipei, Taiwan
24. Mai bis 18. August 2013



Biwak#06:

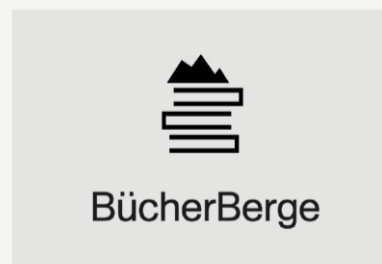
Constructive Alps. Nachhaltiges Bauen in den Alpen
31. August bis 29. September 2013

Biwak#07:

Matratzenlager, 531 m ü. M. – Schlafen im Museum
12. Oktober bis 24. November 2013

BücherBerge

Buchvernissagen im Alpinen Museum



15. August: Edouard Bouchard, Verena Zürcher
Alpbeizli-Führer Tessin und Emmental

20. September: Daniela Schwegler, Vanessa Püntener
Traum Alp. Äplerinnen im Porträt

24. Oktober: Heinrich Haller, Antonia Eisenhut, Rudolf Haller
Atlas des Schweizerischen Nationalparks

14. November: Dominik Flammer, Sylvan Müller
Das kulinarische Erbe der Alpen – das Kochbuch

Hüttennacht

«Helvetia Club» lädt zum Hüttennacht. Zwischen Speis und Trank im Museumsrestaurant «las alps» tischen Künstlerinnen und Künstler Geschichten aus den Bergen auf.
Kosten inklusive 3-Gang Nachtessen (excl. Getränke): Fr. 65.– pro Person / Fr. 100.– für 2 Personen,
Reservation: 031 331 22 22.

Gebirgspoeten – Letztbesteigung
Donnerstag, 5. September 2013, 19 Uhr

Tim Krohn und Anna Trauffer – Der Geist am Berg
Donnerstag, 21. November 2013, 19 Uhr



Ils Fränzlis da Tschlin
Donnerstag, 23. Januar 2014, 19.00 Uhr



Ausstellungsplakat «Helvetia Club» Gestaltung: Rob & Rose

ALPS-Forum: Baustelle SAC

Der SAC und die Frauen – Die Sektion Jorat erzählt
Donnerstag, 16. Mai 2013, 19 Uhr



1980 fusionierte der SAC mit dem Frauen-Alpenclub. Im Jubiläumsjahr wird die Frauen-Sektion Jorat in die Sektion Biel integriert: Ein Anlass, um auf ihre Geschichte zurückzublicken und die aktuelle Lage von bergsteigenden Frauen zu thematisieren.

Hüttentalk – Nachhaltiges Bauen und Sanieren in der Höhe
Donnerstag, 12. September 2013, 19 Uhr

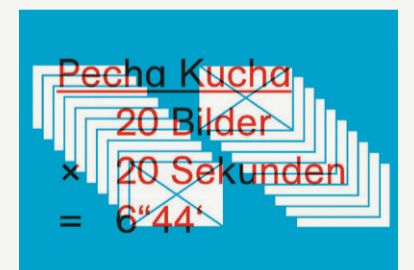
Zukunftsfähiges Bauen im Alpenraum wird postuliert und gefördert. Wie nachhaltig ist der Hüttenbau des SAC? Im Kontext des Wettbewerbs «Constructive Alps» des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) diskutieren Expertinnen und Experten.

SAC 2050 – Ein Blick in die Zukunft des Vereins
Donnerstag, 7. November 2013, 19.00 Uhr

Wo steht der SAC 2050? Welche Fragen bewegen den Verein und seine Mitglieder? Szenarien und mögliche Entwicklungen werden mit Experten und Basismitgliedern besprochen.

Pecha Kucha

Eine Bergtourpräsentation der anderen Art
Donnerstag, 5. Dezember, 19.00 Uhr



Weitere Informationen finden Sie laufend aktualisiert auf unserer Website: alpinmuseum.ch

IMPRESSUM

Alpines Museum der Schweiz
Helvetiaplatz 4, 3005 Bern
Auflage: 10000 Exemplare
Texte: Beat Hächler, Barbara Keller, Luzia Carlen, Lucia Reinert, Lea Bähler, Melanie Oberli
Mit Beiträgen von: Walter Leimgruber und Hans-Ueli Glarner
Abbildungen: Alpines Museum, ausser vermerkt
Gestaltung: Raffinerie AG für Gestaltung
Druck: Druckerei Konstanz GmbH