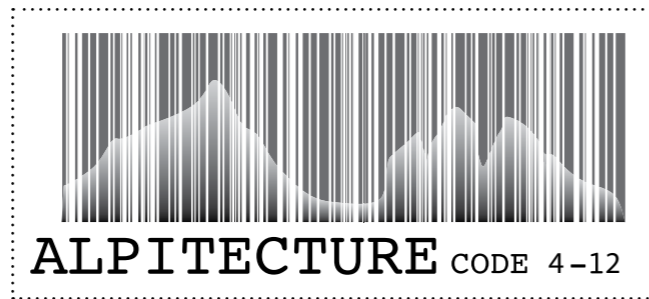




ALPITECTURE CODE 4-12

# Results

SÜDTIROL



31 international tätige Architekten waren vom 22.-25.03.2012 zu alpitecture code 4-12 nach Südtirol geladen. Während dieser vier erlebnisreichen Tage erhielten die Teilnehmer kompakte Informationen über das Land und seine Baukultur. Geprägt durch ein gemeinsames, schöpferisches Potential generieren Architekten, Unternehmen und weitere Entscheidungsträger durch Synergien neue Produktionsverfahren und Produkte. EOS - Export Organisation Südtirol der Handelskammer Bozen - fördert und ermöglicht mit alpitecture eine zukunftsgerichtete Herangehensweise von Aufgabenstellungen in Südtirol.

Ein Ideenworkshop zur Präsentation Südtirols auf der EXPO 2015 in Mailand bildete einen der Schwerpunkte des vielfältigen Programms, in welchem die Qualitäten des Landes auf Basis einer weiterentwickelten Tradition vermittelt wurden. Drei Gruppen arbeiteten parallel an Variationen der Aufgabenstellung. Die erste Gruppe konzipierte einen Ausstellungspavillon für Südtirol auf dem Gelände der EXPO. Im Diskurs der Aufgabe spaltete sich die Gruppe in zwei Teams. Beide Teams rückten das Thema Apfelanbau in den Mittelpunkt ihrer Pavillonkonzeption.

Auch die zweite Gruppe teilte sich in zwei Teams. Deren Aufgabenstellung war es auf weniger Fläche einen maximal zweistöckigen Pavillon zu entwickeln, der auch in einer Halle aufgebaut werden kann.

Beide Teams legten den Schwerpunkt in eine Raumfolge, die in der Gestaltung emotional auf Südtirol einstimmt. Landschaft und Genuss bilden den Rahmen der architektonischen Inszenierung.

Die dritte Gruppe hatte die Aufgabe eine Interaktion zu entwickeln, die während der EXPO 2015 auf Südtirol aufmerksam macht ohne eine standortgebundene Fläche in Anspruch zu nehmen. Einfache, klappbare Bühnenelemente symbolisieren die Charaktereigenschaften des Landes. Treffen die Elemente auf dem EXPO-Gelände aufeinander findet eine Inszenierung Südtirols statt. Menschen agieren zu einem ausgewählten Südtirol-Thema und bespielen alle Bühnenelemente.

Vorwort .....	Seite 03
Partner .....	Seite 04
Programm .....	Seite 05
Südtirol auf der Expo 2015 .....	Seite 06
Die Gruppen & Aufgaben .....	Seite 08
Workshops .....	Seite 10
Workshop Gruppe 1 .....	Seite 12
Workshop Gruppe 2 .....	Seite 18
Workshop Gruppe 3 .....	Seite 24
Veranstalter .....	Seite 28

## PARTNER

### FRENER & REIFER

starting where the others stop

[www.frener-reifer.com](http://www.frener-reifer.com)



**Michael J. Purzer**  
Head of Marketing and Sales



**Bernhard Reifer**  
Head of Division Bernhard Reifer



[www.hoeller.com](http://www.hoeller.com)



**Klaus Höller**  
Geschäftsführer des Familienunternehmens Höller KG



**Jakob Meraner**  
Kontakt- und Verkaufsmangement



**Gabriel Troger**  
Verkauf- und Projektleitung

### RUBNER

[www.rubner.com](http://www.rubner.com)



**Werner Volgger**  
Leiter Verkauf Marketing



**Andreas Webhofer**  
Sales & Marketing Manager



**Daniel Gasser**  
Technischer Direktor Rubner Haus

## PROGRAMM

### 1. Tag Donnerstag 22.03.2012

- Anreise und Willkommen, Hotel Terme Meran
- Pavillon de Fleurs (Kurhaus Meran)
- Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer und Partner

Einführungsvorträge von:

- Dr. Arch. Lukas Abram, „Die Architektur in Südtirol zwischen zwei Kulturen“
- Prof. Dr. Harald Pechlaner, „Regionalentwicklung und Standortmanagement“
- Martin Bertagnolli, Leitung Marktmanagement der Südtirol Marketing Gesellschaft (SMG), „Südtirol 2020“

- Kunst Meran, Neue Architektur in Südtirol 2006 - 2012
- Raiffeisenkasse Meran, Corso della Libertà, 40
- Talstation Ifinger Seilbahn, Meran 2000
- AlpinBob
- Abendessen am Piffinger Köpfl
- Fackelwanderung zum Bus

### 2. Tag Freitag 23.03.2012

- Führung und Besichtigung Terme Meran mit Michael Purzer
- Architekten und Vertreter der Partnerunternehmen gehen auf Exkursion. Kennenlernen der Architektur und Kultur von Südtirol, sowie die Partnerunternehmen
- KiMM – Kultur in Meran Mais
- Besichtigung
- Abendessen am Buffet, alpitecture Keynote Speaker Vorträge

### Workshops

„Feeding the Planet, Energy for Life“ lautet das Thema der EXPO 2015 unter dem sich Technologie, Innovation, Kultur, Tradition und Kreativität vereinen sollen. Die EXPO ist Anlass und gibt Gelegenheit für jede Italienische Region sich der Welt authentisch zu präsentieren. Auch Südtirol wird die Weltöffentlichkeit auf seine hohen Qualitäten aufmerksam machen. Für die Präsentation Südtirols verschmelzen in einem Ideenworkshop Inhalt und Form zu einer Aussage.

### 3. Tag Samstag 24.03.2012

- Workshops – 3 parallele Workshops in der Handelskammer
- Einführungsvortrag zur EXPO Milano 2015
- Gruppeneinteilung

Workshop-Panel 1

- Besichtigung Headquarter Salewa (Gruppe 1)
- Besichtigung Headquarter Technoalpin (Gruppe 2)
- Mittagessen beim Salewa Bivac

Workshop-Panel 2

- Präsentation der Ergebnisse
- Diskussion der Ergebnisse
- Besichtigung und Weinverkostung Kellerei Nals-Margreid

### 4. Tag Sonntag 25.03.2012

- Shuttlebus bis München Hbf / Individuelle Fahrt
- Franzenfeste
- Grundschule Sterzing „Dr. Josef Rampold“

### Alpitecture Vorträge

- Werkbericht von Kjetil Trædal Thorsen, Snøhetta
- Werkbericht von Tobias Wallisser, LAVA – Laboratory for Visionary Architecture



## SÜDTIROL AUF DER EXPO 2015

2015 findet die Weltausstellung EXPO in Mailand mit Italien als Gastgeber statt.

„Feeding the Planet, Energy for Life“ lautet das Thema unter dem sich Technologie, Innovation, Kultur, Tradition und Kreativität vereinen sollen. Die EXPO 2015 ist Anlass und gibt Gelegenheit für jede Italienische Region sich der Welt authentisch zu präsentieren. Auch Südtirol wird die Weltöffentlichkeit auf seine hohen Qualitäten aufmerksam machen.

Neben der Stadt selbst wird der Hauptausstellungsort vorwiegend auf dem Gelände der Gemeinden Rho und Pero nordwestlich von Mailand sein. Das gesamte Gebiet nimmt eine Fläche von 1,1 Millionen Quadratmeter ein und nennt sich CityLife. Neben dem neuen Messegelände Fiera di Milano, einem Entwurf des Architekten Massimiliano Fuksas, entsteht eine städtebauliche Neugestaltung des Areals.

Wasser wird bei der Gestaltung eine wesentliche Rolle spielen. Dafür ist u.a. eine Erweiterung des Systems der Navigli (so heißen die künstlichen Wasserstraßen in Mailand) von der Darsena (dem Hafenbecken) zum Sitz der EXPO geplant.



### Inhalte

Südtirol zeichnet sich durch viele Qualitäten aus. Als die nördlichste Region Italiens vereint es durch seine wechselreiche Geschichte den italienischen Lebensstil mit den Charaktereigenschaften des deutschen Sprachraums.

In einer überwältigenden alpinen Landschaft, deren Fläche nur zu 6% bebaubar, bzw. landwirtschaftlich nutzbar ist, vereinen sich Agrarwirtschaft, Tourismus und eine aufstrebende, innovative Wirtschaft.

Bewusst wird das kulturelle Erbe mit seinen Wurzeln in Handwerk und Handel wahrgenommen. Traditionen werden dem Zeitgeist entsprechend adaptiert. Südtirol hat sich in den letzten Jahren zu einer erfrischend modernen Region gewandelt.

Die Attraktivität Südtirol als Urlaubsland hat in allen Altersgruppen deutlich zugenommen.

In seiner nächsten Marketingkampagne möchte Südtirol als ständiger Lebensraum besonders junge Familien werben. Besonderen Wert legt das Land derzeit auf neue Energien und Mobilitäts Konzepte.

Was ist Südtirol?

Welche Werte vermittelt es seinen Besuchern?

Worin liegen die USP's des Landes?



### Form / Gestaltung

Ein Land wird durch geografische und baukulturelle Besonderheiten wahrgenommen. Neben dem Berg Schlern als Identifikationsmerkmal von Südtirol, werden die Drei-Zinnen und der Kalterer See sofort mit dem Land in Verbindung gebracht. Südtirol wird in einer schlüssigen Marketingkampagne und einem einheitlichen Markenauftritt wahrgenommen. Abstrakt wird das Land dargestellt: Ein Strichbalkencode symbolisiert die Horizontlinie der Berge und das Farbenspektrum der Natur. Für einen temporären Pavillon anlässlich einer Weltausstellung müssen Formen gefunden werden, die auch die Inhalte bzw. Werte der Ausstellungsobjekte vermitteln.

Mit dem Blick von Außen und dem erhaltenen Wissen über Südtirol sind die Teilnehmer von alpitecture code 4-12 eingeladen ein Südtirol-Bild zu formulieren, das dem Thema der EXPO 2015 gerecht wird.

Es wurden drei Workshop-Gruppen gebildet, deren Aufgabenrahmen variieren.

Mit welchen Schwerpunkten präsentiert sich Südtirol auf der EXPO? Mit welchen Maßnahmen und mit welcher Formensprache können die Gäste der EXPO 2015 von den Qualitäten Südtirols überzeugt werden?



## DIE GRUPPEN & AUFGABEN

### Gruppe 1:

Konzeption eines Ausstellungspavillons des Landes Südtirol  
Fläche: 500 m<sup>2</sup>  
Budget: 1 Mio. €  
Laufende Kosten 2015: 700.000 €  
Gesamtbudget: 1.700.000 €  
Moderation: Andreas Pfetsch, ap35 / Ulm

### Gruppe 2:

Konzeption einer Ausstellungsfläche (z.B. Cluster Pavillon)  
mit maximal zwei stöckiger Nutzung in einer Halle.  
Fläche: 350 m<sup>2</sup>  
Budget: 700.000 €  
Laufende Kosten 2015: 500.000 €  
Gesamtbudget: 1.200.000 €  
Moderation: Markus Walder, EOS / Bozen

### Gruppe 3:

Konzeption einer Südtirol-Intervention  
Fläche: 200 m<sup>2</sup>  
Budget: 400.000 €  
Laufende Kosten 2015: 400.000 €  
Gesamtbudget: 800.000 €  
Moderation: Florian Semmler, ap35 / Ulm

Während des vierstündigen Ideenworkshops wurden die Parameter eines möglichen Auftritts entwickelt. Ziel war es ein Konzept mit Potenzial in der Formensprache zu entwickeln, welche auf der theoretischen Grundlage des Erlebens von Südtirol basieren. Die Ergebnisse wurde von drei Workshop-Gruppen erarbeitet, diskutiert und damit evaluiert. Sie können in einem weiteren Schritt als Grundlage für die Ausschreibung eines Architektenwettbewerbs für das Land Südtirol dienen.



**WORKSHOPS**





## WORKSHOPGRUPPE 1

### KONZEPTION EINES AUSSTELLUNGSPAVILLONS.

#### Team A:

- Meltem Tekin, Léon Wohlhage Wernik Architekten, Berlin
- Bela Schwier, behles & jochimsen, Berlin
- Mark Fahlbusch, Bollinger + Grohmann, Frankfurt
- Andreas Zanier, Zanier Architekten + Tara Architekten, Meran
- Jakob Meraner, Höller KG, Leifers
- Laura Fogarasi-Ludloff, Ludloff + Ludloff Architekten, Berlin
- Andreas Pfetsch, ap35 GmbH, Ulm

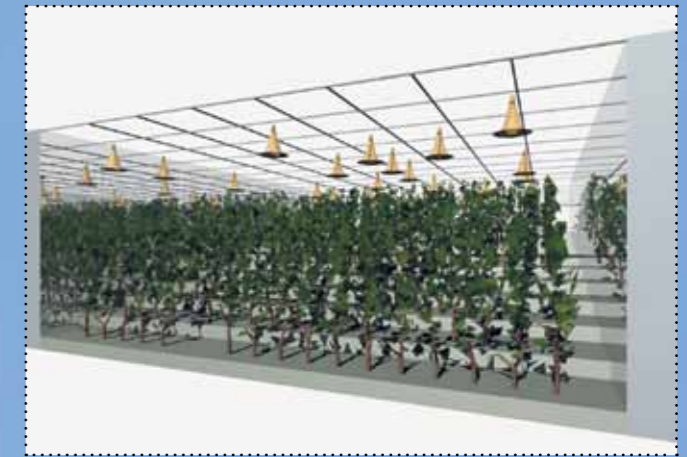
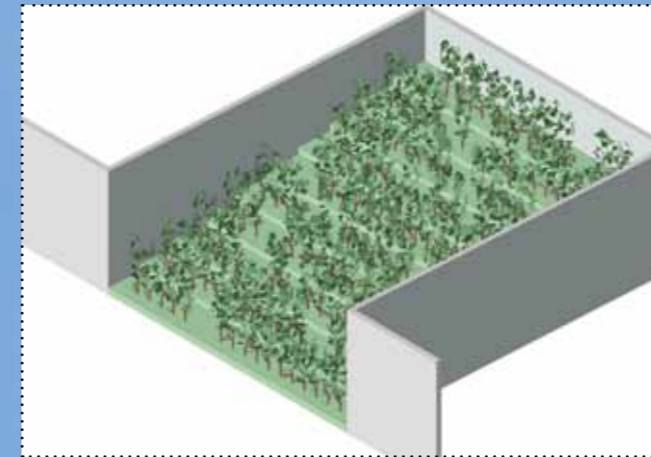


#### Halbmittag

Auf der Expo 2015 werden sich neben dem Gastland Italien auch die einzelnen Regionen des Landes präsentieren. Hierzu zählt auch Südtirol, das Land....

- mit drei Sprachen – Italienisch, Deutsch, Ladinisch
- von Wein, Apfel, Speck und Käse
- der beeindruckenden Panoramen: Berge mit einer Weite, Täler mit einer Enge, vollkommen Natur
- mit Tradition und Innovation
- mit Ruhe und Gemütlichkeit
- der Handwerkqualität
- voll Energie und Wasserkraft

Dies sind die Eindrücke, die das Team über Südtirol erfahren hat.



Ziel des Pavillons ist es nationale und internationale Besucher auf die Autonome Provinz aufmerksam zu machen. Nach dem Motto: „Die Welt zu Gast in Südtirol“.

Es wurde festgestellt: „Südtirol ist zu klein für das Mittelmaß“. Der Apfel hat in Südtirol einen hohen Stellenwert. Seine Produktionsflächen in den Tälern sind weit sichtbar, ebenso die riesigen Lagerhallen der Genossenschaften.

Für die Bauern und Arbeiter im Apfelhain ist „Halbmittag“ die Pause zwischen Morgen und Mittag. Eine Tradition, die Bestandteil des sozialen Lebens ist und damit Teil der Kultur. Mit Käse, Speck, Schüttelbrot und einem Apfel genießen die Männer und Frauen für kurze Zeit die angenehme Kühle im Schatten der Apfelbäume bevor die anstrengende Arbeit wieder aufgenommen wird.

Dieses Innehalten und sich im Apfelhain zurückziehen ist Thema des Pavillons. Das Team möchte mit einem Ruhepunkt in der reizüberflutenden Materialschlacht der EXPO einen starken Eindruck bei den Besuchern hinterlassen. Erst die Reduktion und damit das „zur Ruhe kommen“ schafft die Möglichkeit weitere Inhalte aufzunehmen. Ein Bild soll der Bilderflut entgegen wirken:

Eine terrassierte Apfelanbauwiese steigt entlang der Promenade auf und lädt zum Verweilen ein. Die in Naturstein angelegten Terrassen bieten Sitzmöglichkeiten.

Apfelspaliers präsentieren die Kultur und sind optisches und kulinarisches Signal. Sie sind natürliche Schattenspendler. Die im August reifen Äpfel an den Bäumen können verkostet werden. Natürlich werden Äpfel auch an die Besucher verteilt.

Wie in den Südtiroler Apfelhainen werden die Bäume befeuchtet. Auf der EXPO sorgt hierfür ein feiner Wassernebel. Eine Erfrischung für die Gäste im heißen Mailänder Sommer. Eine einfache Gitterstruktur trägt die Sprühköpfe, vergleichbar mit den Düsen über den Holzbretterstapeln im Holzplattenwerk.

Soundglocken sind von der leichten und unscheinbaren Gitterstruktur abgehängt. Über sie wird Südtirol durch typische Geräusche und Töne erlebt. Direkt unter einer Glocke ist jeweils nur ein Sound zu hören, entweder:

- ein ladinisches Volkslied
- die Sage von König Laurin und dem Rosengarten auf Deutsch
- Arbeiterlieder oder Kochrezepte auf Italienisch
- Wasser von der Quelle bis zum Fluss
- Sägewerk
- Handwerker und Maschinengeräusche
- Traditionelle Blas- und Stubenmusik

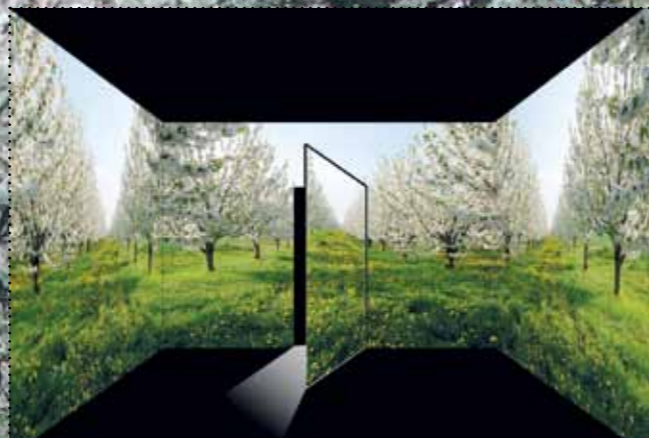


## WORKSHOPGRUPPE 1

### KONZEPTION EINES AUSSTELLUNGSPAVILLONS.

#### Team B:

- Petra Anderhalten, Anderhalten Architekten, Berlin
- Roland Baldi, Roland Baldi Architekt, Bozen
- Manfred Bernhardt, Bernhardt + Partner, Darmstadt
- Martin Kleibrink, Credit Swiss, Zürich
- Michael Purzer, Frenner & Reifer, Brixen
- Benedikt Schulz, Schulz & Schulz, Leipzig
- Marten Wassmann, Benthem Crouwel Architects, Amsterdam
- Sabrina Wilms, JOI-DESIGN, Hamburg

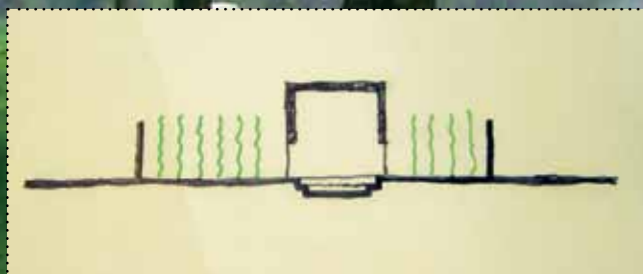
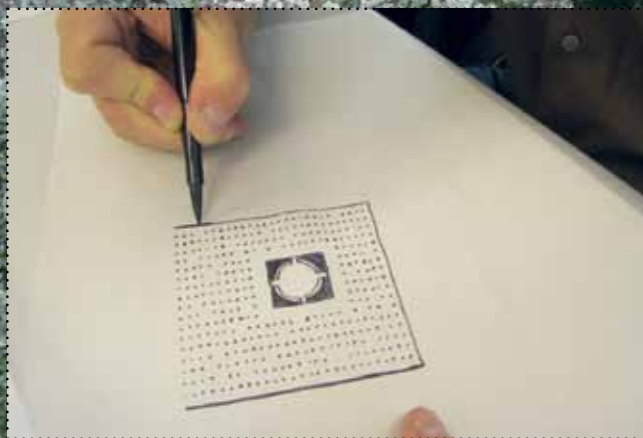


#### Apfelhain

Die Idee dieses Teams der Gruppe 1 ist ebenfalls den für Südtirol stehenden Apfel zum bestimmenden Thema des Pavillons zu machen und mit der Gestaltung desselben einen Ort der Ruhe zu schaffen.

Zentrale Idee des Vorschlags ist die Fokussierung des Auftritts auf eine maximale Prägnanz. Hierzu wird der Apfel, ein weltbekanntes Markenzeichen Südtirols, als Thema aufgenommen und mit der Idee kombiniert einen Ort der Ruhe und Entspannung zu gestalten.

Der EXPO-Besucher wird auf der Italien-Achse des Geländes von einem für Südtirol typischen Apfelhain empfangen. Rund 300 circa vier Meter hohe Apfelbäume werden in engen Reihen gepflanzt durch welche die Besucher in die Parzelle Südtirols hineintreten. Die drei nicht der Italien-Achse zugewandten Seiten der Parzelle werden mit verspiegelten Wänden eingefasst, so dass sich dem Besucher das Bild einer unendlich wirkenden Landschaft zeigt. Die diesem Bild inwohnende Ruhe erzeugt den unverwechselbaren Charakter des Pavillons als Ort der Erholung und Besinnung.



Mitten im Apfelhain befindet sich ein kleiner, würfelförmiger Baukörper, das „8-Prozent-Haus“. Seine Grundfläche beträgt 40 Quadratmeter, dies entspricht 8 Prozent der gesamten Parzellenfläche. Das Haus verweist damit auf den besonderen Landschaftsraum Südtirols, der nur auf ca. 8% seiner Fläche besiedelbar ist. Die Außenwände des „8-Prozent-Hauses“ sind ebenfalls verspiegelt, um das Haus in der scheinbaren Weite des Apfelhains subtiler in Erscheinung treten zu lassen. Die Spiegelfassade ist eine präzise gefertigte Metall-Glas-Konstruktion. Durch den Kontrast von natürlichen Apfelbäumen und High-Tech-Konstruktion soll eine Neugierde auf das Innere des Baukörpers erzeugt werden.

Im Inneren des „8-Prozent-Hauses“ befindet sich ein einziger, zylindrischer Raum. Hier können die Besucher auf kunstvoll gefertigten Sitzbänken aus massivem Holz Platz nehmen und die 360-Grad-Panoramabilder der Landschaften und Städte Südtirols betrachten. Der Holzgeruch der massiven Bänke unterstützt die visuellen Eindrücke und verknüpft das Innere des Hauses mit dem umgebenden Landschaftsraum des Apfelhains.

Die Konzeption lässt sich auf einfache und kostengünstige Weise umsetzen. Zudem besteht ein hohes Sponsoring-Potential, beispielsweise mit der Errichtung des „8-Prozent-Hauses“ durch Südtiroler Firmen oder Patenschaften für die Apfelbäume. Ein weiterer Vorteil, der die Prägnanz des Auftritts Südtirols noch stärken kann, ist die sofortige Umsetzbarkeit des Apfelhains. Südtirol wäre damit als erstes Land bzw. erste Region mit einem Pavillon auf dem Gelände vertreten und könnte so eine besondere Öffentlichkeit während der Berichterstattungen im Vorfeld der EXPO erreichen.

Auf hintergründige, vor allem die Sinnesempfindungen ansprechende, Art und Weise transportiert der Pavillon in Mailand die Besonderheiten der Region. Die für Südtirol typischen Themen Natur, Landwirtschaft, Tourismus und Handwerk werden zu einer Komposition verwoben, die den Auftritt Südtirols in den Erinnerungen der Besucher verankern wird.

[Benedikt Schulz, für die Gruppe Apfelhain]









## WORKSHOPGRUPPE 2

KONZEPTION EINER AUSSTELLUNGSFLÄCHE MIT MAXIMAL ZWEI STÖCKIGER NUTZUNG IN EINER HALLE.

### Team A:

- Kathrin Cook, Blocher + Blocher, Stuttgart
- Melanie Franko, Fehr und Franko Architekten, Zürich
- Klaus Höller, Höller KG, Leifers
- Stephan Maria Lang, Design Associates, München
- Andreas Schelling, Kit Architects, Zürich
- Sebastian Thaut, atelier st, Leipzig
- Markus Walder, EOS, Bozen



### feeding the planet - feeding the soul

Beim Brain-Storming sammelte das Team die Erfahrungen und Eindrücke der letzten Tage in Südtirol.

Südtirol ist reich an Sinneswahrnehmungen – der Duft von Holz, das Echo der Berge, Tradition etc. – Erfahrungen werden gelebt und von jedem einzelnen Gast gemacht. Südtirol steht für Lebenskraft. Die Region bietet Orte der Erholung und Regeneration in einem nachhaltigen Wirtschaftskreislauf. Die Berge stehen für die an allen Orten spürbare Naturgewalt und Gegensätze, wie Berg – Tal, schroffe Steilhänge – sanfte Wiesen etc. Unter dem Thema „**Kraft der Berge**“ wird eine begehbare Skulptur in der Gestaltung eines „Bergmassivs“ als Ausstellungsfläche für Südtirol vorgeschlagen.

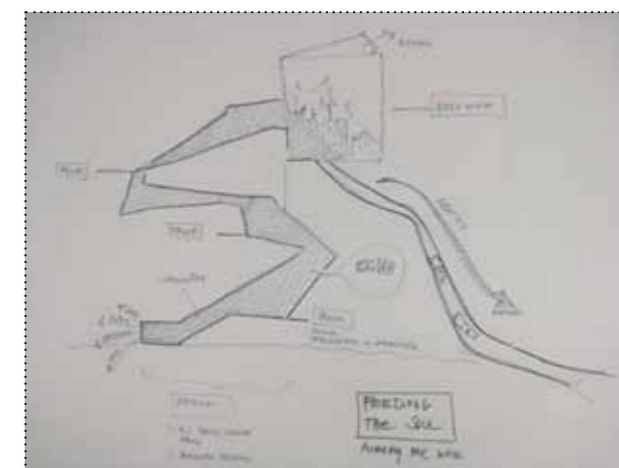
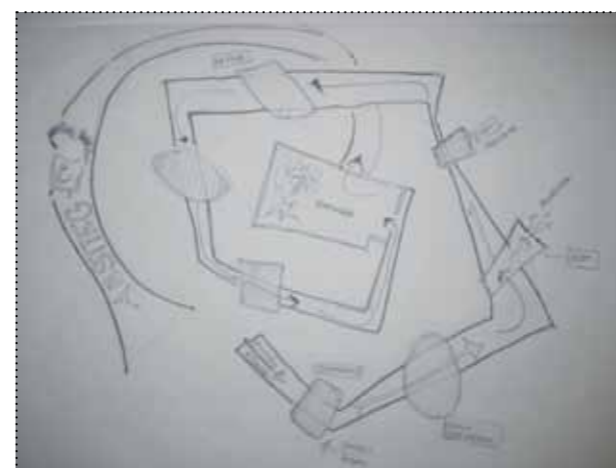
In Form eines gewaltigen, klar geometrischen (rechteckig) Felsblocks aus geschichtetem Dolomit wird innerhalb der Weltausstellung Ruhe, Klarheit, Kargheit und die Magie der einzigartig leuchtenden Südtiroler Bergwelt suggeriert. Nichts Zartes, Niedliches, sondern ein gewaltiger Block der die Kraft der Südtiroler Alpen in sich trägt.

Der Besucher betritt diese Bergwelt durch eine enge Felsspalte und macht sich auf den Weg um Südtirol zu entdecken. Der Weg führt durch eine labyrinthartige Raumfolge, welche

im Grundriss die Grenzen Südtirols nachzeichnet. Die Räume sind eine Abwicklung von thematischen und spezifischen Orten: Die Berge, Technik zur Eroberung der Berge, Seilbahnen, Handwerk, Landwirtschaft etc. Sinneskammern ergänzen die Raumfolge. Gerüche und Bilder vermitteln den Genuss, den das Land zu bieten hat: Bergklänge, Geruch von Holz, das Heu einer Bergwiese, Genuss von Wein, Speck, Obst. Auch die klimatischen Verhältnisse werden in diesen Kammern umgesetzt: das heiße Tal um Bozen im Sommer und als Gegensatz die kühlen frischen Höhen und Berggipfel.

Dieser innere Rundweg durch Südtirol – über Berg und Tal, auf Pfaden durch enge Schluchten und blühende Gärten – windet sich mit Ausblicken auf die Landschaft des EXPOgeländes von unten nach oben, wie eine Bergwanderung und kulminiert auf einem Dachgarten – angelegt als Almwiese, mit Kühen und Apfelbäumen. Mutige rauschen mit dem Rodelschlitten ins Tal, die anderen steigen über Stufen ab.

Der schlichte und smarte Beitrag zeigt die Position Südtirols als eine selbstbewusste Region zwischen Tradition und Zeitgeist mit einem hohen Erlebnis- und Erholungswert. „**Pure Lebensfreude!**“





## WORKSHOPGRUPPE 2

KONZEPTION EINER AUSSTELLUNGSFLÄCHE MIT MAXIMAL ZWEI STÖCKIGER NUTZUNG IN EINER MESSEHALLE.

### Team B:

- Christine Allmaier-Flögel, Architekturwerkstatt din a4, Innsbruck
- Marjan Colletti, MARCOSANDMARJAN, London
- Simon Constantini, Architekt, Brixen
- Manuel Irsara, SIRS solutions, London-Vienna
- Christoph Kohl, KK Gesellschaft von Architekten, Berlin
- Juri Pobitzer, monovolume, Bozen
- Harald Schönegger, Eddea Arquitectura y Urbanismo, S.L.P., Sevilla

### Foodscape

By Alpen Gourmets Architects

Der Genuss in Südtirol ist das Thema dieses Teams. Es sind die Produkte Apfel, Milch, Käse, Speck, Wein und Schüttelbrot, die jeder Gast mit Südtirol in Verbindung bringt. Hinzu kommen die starken Eindrücke, welche die Natur in dem Land geschaffen hat: Berge mit den Gesteinsschichtungen des Dolomit, enge Täler, grüne Wiesen etc.

Eine Wanderung aus den Städten über die Almen auf die Berge führt das Publikum zum Gipfel der Genüsse. Dies ist die Zielsetzung bei der Gestaltung des Pavillons, der sich als gebaute alpine Landschaft darstellt. Die Ebenen im Tal, Alm und Berg werden ausgebildet, um dort den Gästen die Art des Wirtschaftens in Südtirol zu verdeutlichen. Land schafft Wirt – Land wird schafft. Diese Worte stehen exemplarisch für den Inhalt der Ausstellung.

In Südtirol ist die Art der Flächenwidmung prozentual erfasst. Um zu verdeutlichen wie viel ca. 6% der Fläche ausmacht, die überhaupt für den Anbau von Lebensmittel, die Wirtschaft und bauliche Maßnahmen nutzbar sind, wird die Fläche des Pavillons entsprechend der Zuordnung der definierten Flächen konzipiert. Dies zeigt, wie groß der Anteil an Täler, Berge, Städte etc. sind.

Die Grundfläche des Modells kann dabei den wirklichen Grenzen des Landes entsprechen. Ebenso wie die Anordnung von Tälern – Eisack, Pustertal, Vinschgau etc. – und Bergmassive. Die Ausstellung selbst wird im Inneren der Gebirge gezeigt.







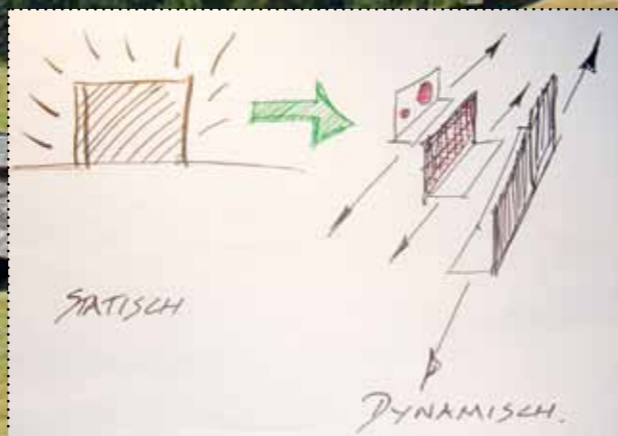
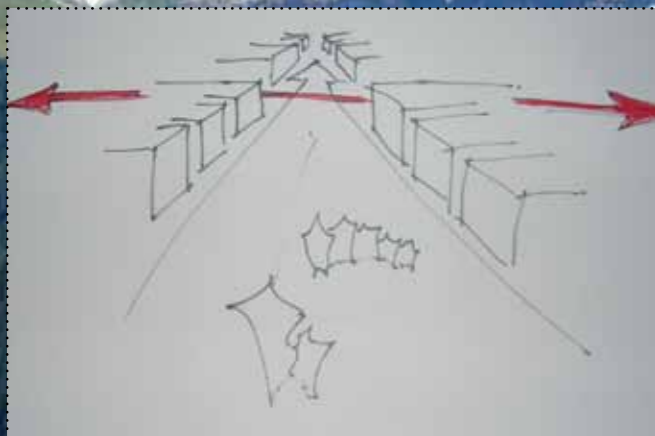


### WORKSHOPGRUPPE 3

KONZEPTION EINER SÜDTIROL-INTERVENTION FÜR DIE EXPO 2015 MIT EINEM ETAT VON 1 MIO. EURO.

#### Team:

- John Barnbrook, Hascher Jehle Architektur, Berlin
- David Cook, David Howard Cook, Stuttgart
- Klaus Hellweger, Klaus Hellweger, St. Lorenzen
- Björn Martenson, Amunt – Architekten Martenson & Nagel Theissen, Aachen
- Stefan Rapp, Rapp Architekten, Ulm
- Oliver Sterl, Rüdiger Lainer + Partner Architekten ZT GmbH, Wien
- Gabriel Troger, Höller KG, Leifers
- Maximo Victoria, Kai 18, Düsseldorf
- Werner Volgger, Rubner, Kiens
- Tobias Wallisser, Lava – Laboratory for Visionary Architecture, Berlin
- Johann Wittenberger, ALLESWIRDGUT Architektur, Wien
- Florian Semmler, ap35 GmbH, Ulm



#### Panorama Südtirol

Stille Berge – Singende Bäume

Südtirol ist eine Schnittstelle der Kulturen. Hier überlagert sich die mediterrane lebenslustige Kultur Italiens mit der pragmatischen Funktionalen des Deutschen Sprachraums. Die Transferachse Nord-Süd ist für das Land bestimmend. Gegensätze bestimmen die Eindrücke: hohe Berge – tiefe Täler, karge Felslandschaften – grüne Bergwiesen, Industriezonen – Obstanbauflächen. Auch die Bewohner sind eher introvertiert, aber gastfreundlich; pflegen handwerkliche Traditionen, sind wirtschaftlich innovativ und fortschrittlich. Die Kompetenz liegt im Tourismus, der Seilbahn- und Beschneigungstechnologie, der Produktion von Speck, Wein- und Apfelanbau, sowie im Holzhandwerk.

Südtirol ist eine Region der Überlagerungen, besonders offensichtlich wird dies in den Sektoren Kultur und Wirtschaft. Es ist das Land der privilegierten Vielfalt entstanden aus einer Autonomie, die im Streben der Einwohner liegt. Diese sind gastfreundlich, lebensfroh und zuverlässig.

Diese Überlagerungen von Situationen sollen auf der EXPO 2015 präsentiert werden.

Klappbare und fahrbare Bühnenbilder zeigen plakative Bilder von Südtirol wie Die-Drei-Zinnen, die Fassade eines typischen Bauernhofes, einen Apfelhain, eine Kellerei, einen Speck.

Klappfenster und Einrichtungsgegenstände wie Tische, Stühle vervollständigen das Bühnenbild. Diese Bühnenelemente wandern den ganzen Tag auf dem Cardo, der Achse auf der sich Italien präsentiert. Treffen zwei Bühnenelemente aufeinander beginnen diese eine Interaktion. Weitere Bühnenbilder kommen hinzu. Die Interaktion wird von Schauspielern und Hostessen ausgeführt. Sie verkörpern die Bewohner und inszenieren ein besonders Ereignis im Land. z. B. die Weinlese, das Bergsteigen, das Holzhandwerk etc. Passanten werden eingeladen mitzumachen. Ihnen werden Verkostungsproben gereicht und sie kommen mit den „Südtirolern“ ins Gespräch.

Am Amphitheater kreuzt sich der Cardo mit dem Decumanus, der Hauptachse der EXPO. Hier ist der Ideal Ort für temporäre Inszenierungen ähnlich eines **Flash Mobs**. Die temporäre Erzeugung von Engpässen behindert den Transit auf der Achse. Dies ist mit dem Hauptverkehrsweg in Südtirol vergleichbar. Das Aufeinandertreffen der Bühnenbilder und der Beginn des „Spiels“ ist nicht exakt vorbestimmt. Es gibt keinen Plan nach dem die Stücke präsentiert werden. So ist jedes „Spiel“ einzigartig und ein wahres Erlebnis. Anreiz für die Besucher besonders auf Südtirol zu achten und Gelegenheit eine besondere Erfahrung mit nach Hause zu nehmen.







## VERANSTALTER

### EOS.

EXPORT ORGANISATION SÜDTIROL  
DER HANDELSKAMMER BOZEN

**Markus Walder**  
Leitung International Trade  
support und Vizedirektor EOS

**Valérie Spenlé,**  
Project Management

**Heidi Schweigkofler,**  
Project Management

**Florian Reisinger,**  
Messen

**Jürgen Wagner,**  
Projektassistenz

**EOS – Export Organisation Südtirol**  
Südtiroler Straße 60  
39100 Bozen

Tel. 0471 945 750  
Fax 0471 945 770  
E-Mail: eos@eos.handelskammer.bz.it

**ap35** Architecture Management  
& Relationship Marketing

**Andreas Pfetsch**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter ap35

**Carolin Mikulla**  
Gesellschafterin ap35

**Florian Semmler**  
Projektleiter bei ap35  
Architekt

**ap35 GmbH**  
Magirus-Deutz Str. 12  
D – 89077 Ulm

Tel. +49 731.140 225 0  
Fax +49 731.140 225 20  
E-Mail: office.ulm@ap35.de  
www.ap35.de

### Impressum

Copyright: EOS – Export Organisation Südtirol  
der Handelskammer Bozen

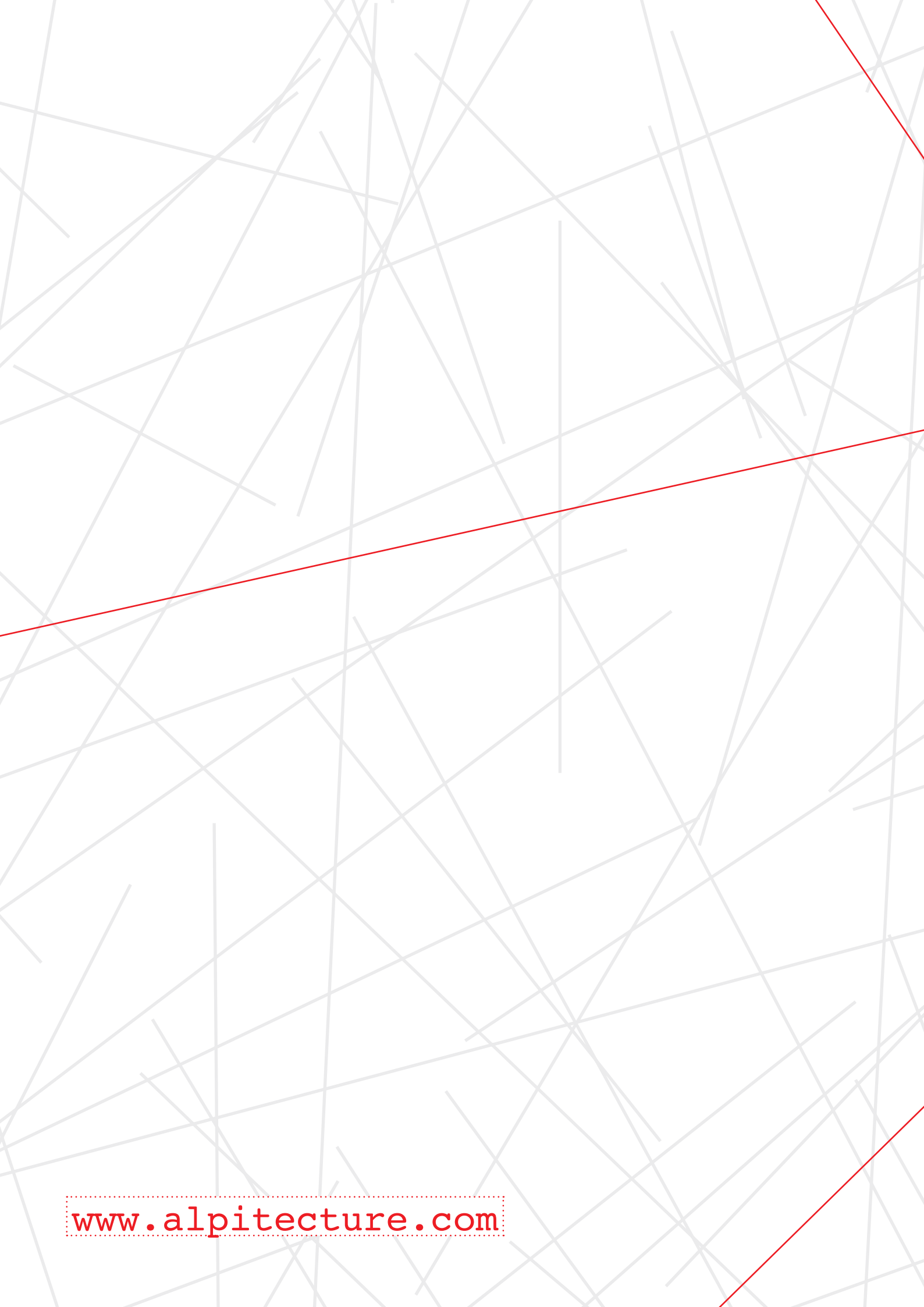
Grafik & Texte: ap35 GmbH

Idee & Konzept: ap35 GmbH









[www.alpitecture.com](http://www.alpitecture.com)