

Weltausstellung

Völker verbindende Warteschlangen bei der Expo in Osaka

Der Besuch einer Weltausstellung will gut vorbereitet sein, braucht Zeit und Geduld. Wertvolle Erkenntnisse nach einem Besuch der Expo in Osaka, der erfolgreicher verlaufen hätte können.



Retro-futuristisches Interieur des polnischen Pavillons - mit vager Reminiscenz an die Expo 1970, ebenfalls in Osaka. Beigestellt

19.09.2025 um 08:09

VON
Daniel Kalt



folgen

Das ist dann wohl genau die Kategorie, die man als touristisch Reisender oder sonst wie Unterwegsseiender lieber umgehen möchte: die nämlich alles umfasst, was mit „Hätte man sich denken können“ anfängt und weiteren Konjunktiv-zwei-Sätzen weitergeht. So wie im völlig willkürlich gewählten Beispiel: „... denken können, dass man vor dem Expo-Besuch Zeitslots buchen muss. Dann hätte man vielleicht mehr Pavillons anschauen können.“ Manche möchten zwar in jeder Lebenslage lieber spontan agieren, sich treiben lassen und so das Morgen erst mit der aufgehenden Sonne am Horizont vor dem inneren (wie äußeren) Auge auftauchen sehen. Einen Besuch der Weltausstellung aber, so viel sei hier gespoilert, legt man besser strategisch an und mit aktivierter Planungsfunktion. Sonst könnte es einem nämlich so gehen, dass man ohne im Voraus erstandene Eintrittskarte (gut, eine europäische Kreditkarte wird nicht auf jedem japanischen Webportal akzeptiert, wie es übrigens noch ein paar andere „Lost in Translation“-Fälle im interkontinentalen Zahlungsverkehr gibt, die sich mitunter erst am gut neben der Konbini-Kassa versteckten Geldautomaten in Wohlgefallen auflösen, doch

das ist eine andere Geschichte), aber rechtzeitig für einen Tagesausklangs-, also 17-bis-21-Uhr-Slot, am Expo-Gelände in Osaka eintrudelt.



Den Österreich-Pavillon für das Landesmotto „Composing the Future“ gestalteten BWM Architekten. Stefan Schilling

Schließlich sind tagsüber, wie man hörte, im wahnwitzig heißen japanischen Sommer nicht wenige Expo-Besucher in Warteschlangen kollabiert. Ausgenommen natürlich jene mit Ganzkörper-Stoffuberzug (gegen die Sonne und das Bräunen), Metall-Sonnenschirm (idem), Kopfbedeckung und Gesichtsschleier (auch) und Handventilator (gegen die Hitze), die genauso gut einer Raumkapsel entsteigen hätten können. Die gewiefte Überlegung also: In Tagesrandzeiten sind die meisten Besucher schon abgezogen, da ist es auch nicht so schlimm, wenn man sich keinen Zeitslot für den Zutritt zu einem Pavillon buchen kann, weil man noch keine Karte hat, weil die Expo-Website die Kreditkarte ablehnt. Nun ja.

Hauptziel der Weltausstellung: Tourismuswerbung?

Mit der Weltausstellung ist es nämlich so, damit das für Novizinnen und Novizen einmal klar festgehalten sei: Selbst wenn man nicht mehr die Errungenschaften und Erfindungen des letzten Jahres unter industrialisierten Nationen zeigt (im 19. Jahrhundert war das ja vielleicht noch eher so: „Schaut, uns ist eine glühende Birne für die Zimmerdecke gelungen!“), sondern eher die kreativ-künstlerische Seite des Landes hervorhebt, sind Ansprüche und Ausstellerprofil der Expo mitnichten zu vergleichen mit, sagen wir, der Kunstbiennale in Venedig. Das veranschaulicht sehr schön die Gegenüberstellung zweier Zahlen: Die letzte Biennale d'arte zählte in der gesamten Laufzeit etwa 700.000 zahlende Besucher, die Expo in Osaka, die noch bis 13. Oktober läuft und sich über sechs Monate erstreckt haben wird, hatte sich 28 Millionen Besucher zum Ziel gesetzt - das wird man wohl nicht schaffen, ab 22 Millionen würde man immerhin kostendeckend agieren.

Auch nach 17 Uhr ist aufgrund des nicht versiegenden Besucherstromes also recht wenig zu holen, bei manchen der Pavillons stehen gar Menschen mit Schildern, auf denen so Erschreckendes geschrieben steht wie „Heute keine Walk-ins mehr möglich“ oder „Aktuelle Wartezeit: 90 Minuten“. In Kombination mit der beachtlichen Menge an Menschen, die sich hier herumtreiben, führt das recht schnell zur Befürchtung, dass man als halb spontaner Walk-in-Mensch auf einen ziemlichen Expo-Fail zusteuert. Und das, obwohl man oft gar nicht so lang braucht, um sich den Inhalt eines Pavillons zu erschließen.



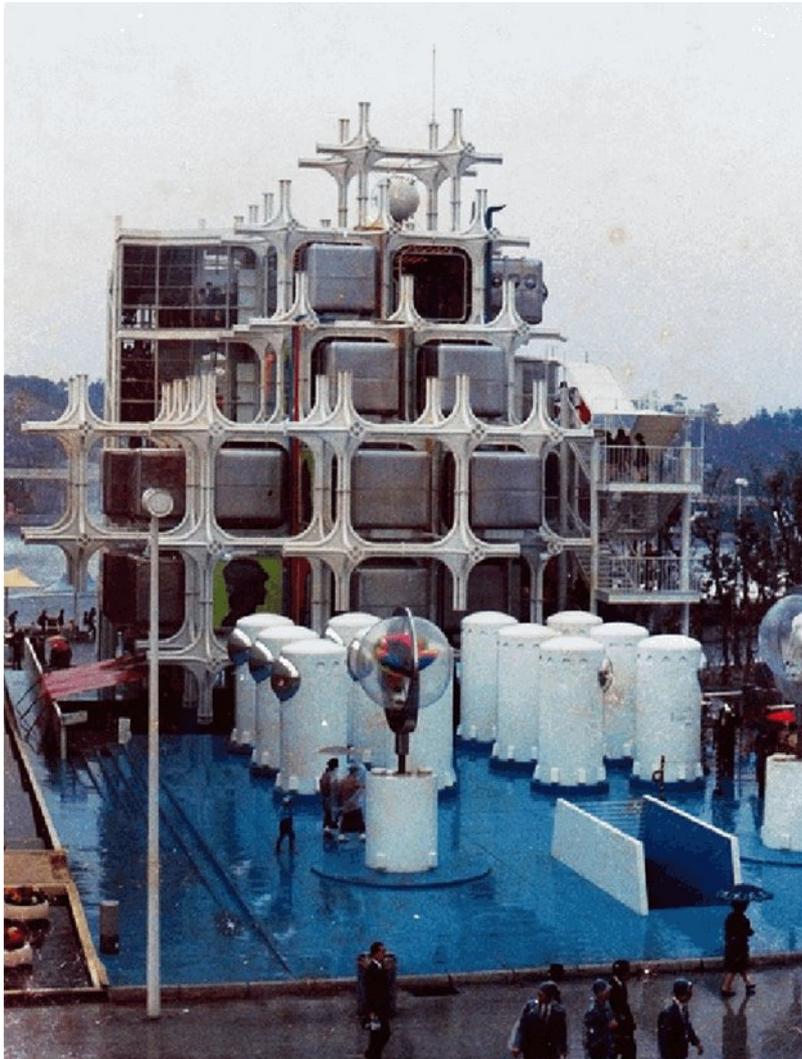
Den Einfallsreichtum und die Kreativität der Menschen stellt Polen in den Mittelpunkt.
Auch Chopin spielt eine Rolle. Beigestellt

Aus dem ambitionierten Besucherziel ergibt sich notwendigerweise die oft sehr niederschwellige Konzeption der in den Pavillons verstauten Inhalte. Sollte eine Express-Begehung notwendig sein, kann man die Weltausstellung ebenso gut als einen launigen Architekturparcours sehen. Zumal nämlich das Interieur - wenn man es nach stolzer Wartezeit dorthin geschafft hat - in vielen Fällen wie eine Raum gewordene Tourismusbroschure anmutet. Das ist auch nicht weiter zu verurteilen, schließlich geht es auch für die teilnehmenden Nationen um eine Kosten-Nutzen-Rechnung.

So setzt auch Österreich in diesem Fall auf Bewährtes: Im Inneren des von BWM Architekten, passend zum Landesmotto „Composing the Future“, geplanten Pavillonbaus aus Holz - ein Gebäude gewordenes Notenblatt, das sich gen Himmel schraubt - steht da ein selbst spielender Bosendorfer, dort eine Schautafel mit Bertha von Suttner und Anton Zeilinger, dann wieder eine raumgreifende Philharmoniker-Videoinstallation. Oft ist zwar zu hören, dass sich das Land von einer neuen, überraschenden Seite zeigen und auf neue Themen setzen möchte, das gilt aber offenbar noch nicht für die Österreich-Erstbeschnupperung im Expo-Pavillon.

Frankreich setzt auf Louis Vuitton, Dior und Elsass-Wein

Ähnliches gilt für Frankreich, dessen Präsentation allerdings von Besucherströmen überrannt wird (man weiß ja, wie sehr die Japaner das Land und zuvorderst seine Hauptstadt lieben - allein die Unzahl von in Fantasiefranzosisch verfassten Geschaftsnamen und T-Shirt-Slogans spricht Bände): Man durchwandert eine Installation mit Schrankkoffern von Louis Vuitton, gelangt dann in einen Raum, der wie ein Wirklichkeit gewordener Christian-Dior-Modetraum anmutet. Beide Marken gehören dem LVMH-Konzern, dessen Besitzer der reichste Mann des Landes ist. Monothematisch geht es weiter, denn auch die Weine aus dem Elsass haben sich eine eigene Markenwelt verdient. Da verwundert es nun denkbar wenig, dass sowohl LVMH als auch die Vins d'Alsace als „Gold Partners“ des Pavillons lobend erwähnt werden.



Mit der Expo 1970 präsentierte sich Japan als eine Nation der Zukunft und tonangebend in Asien. Flickr/M-Louis

Grund zu echter Freude sind jene Pavillons (Full Disclosure seitens des Autors: Die Auswahl des Gesehenen war am Ende eher überschaubar), die sowohl mit ihrer Architektur als auch mit der inhaltlichen Befüllung und deren Gestaltung punkten können. So wie Polen etwa, wo man, wie es hieß, auf die Innovationskraft der Menschen zählt. Das ist offenbar ein ganz guter Impuls, zumal die zum Teil poetisch-zurückhaltende, dann wieder (retro-)futuristische Anmutung durchaus auch an Bilder der Expo 1970 denken lässt. Auch damals war Osaka Austragungsort, die Symbolkraft für Japan, das sich als Boomnation der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts präsentierte, war allerdings enorm. Auch deshalb und in Reminiszenz soll die Expo 2025 Strahlkraft haben, wenngleich das etwas unscharfe übergeordnete Thema - die bis 2030 weltweit gesetzten Nachhaltigkeitsziele - zu einem etwas verwaschenen Gesamtbild beigetragen haben könnte.

Ein echtes Highlight ist jedoch der zentrale Speisesaal, wo sich Menschen aus aller Herren Länder einfinden, um ein nahrhaftes Allerlei zu verkosten. Die Multikulti-Zusammensetzung der Kantine führt auch zu weitgehender Inkompatibilität der unterschiedlichen Anstehgewohnheiten, wie überhaupt das Schlangestehen (oder hier auch oft: berspringen) sich als ein weiteres Expo-Leitmotiv herauskristallisiert. Das hat aber auch sein Gutes, so ein performatives Beschnuppern anderer Nationen: Daraus lässt sich der soziologische Wert der volkerverbindenden Weltausstellung ableiten.



Trikolore. Der französische Expo-Pavillon sieht prominente Auftritte der Luxusmarken Dior (Bild) und Louis Vuitton vor. Victor Marvillet



Bildtext. Blind Tom Bateman/Reuters



Bildtext. Blind Stefan Schilling



Bildtext. Blind Stefan Schilling