

# Österreich will Chinesen mit Sissi und Walzer abholen

Markt der Zukunft: 16 Mio. Euro investiert Österreich in seinen Auftritt auf der Weltausstellung in China.

Von Christian Jentsch

**Shanghai** – Die 18-Millionen-Metropole Shanghai am Huangpu-Fluss erfindet sich jeden Tag neu. Grenzen sind in der ostchinesischen Hafenstadt nur dazu da, überwunden zu werden. Shanghai ist Chinas Bühne für den Aufstieg zur Weltmacht. Am 1. Mai öffnet in Shanghai die Weltausstellung Expo ihre Pforten. Und auch hier sollen mit erwarteten 70 Mio. Besuchern alle Rekorde gebrochen werden. 18.000 Haushalte mussten mitten in der Megacity dem neuen Vorzeigeprojekt Platz machen. Auf einer Ausstellungsfläche von 5,28 Quadratkilometern präsentieren sich 240 Nationen und Organisationen unter dem Motto „Better City, Better Life“ dem Gastland China.

Die Chance, sich in diesem Rahmen zu präsentieren, will auch Österreich nicht ungenutzt lassen. Ein 2000 Quadratmeter großer Pavillon mit Porzellanoberfläche in Rot und Weiß soll die Blicke der Besucher auf sich ziehen.

Dabei muss der Regisseur einen Spagat wagen. Die chine-

sischen Besucher müssen mit den klassischen Klischees von Österreich abgeholt werden. „Österreich steht nun einmal für Sissi und Donauwalzer“, erklärt Birgit Murr, stv. Regierungskommissarin und Projektleiterin der österreichischen Expo-Beteiligung. „Im Warenhaus Tourismus wird Österreich in China als Kulturation wahrgenommen. Es gibt kaum einen Chinesen, der noch nicht das Neujahrskonzert gesehen hat“, weiß Josef Stockinger von der Österreich-Werbung in China.

Erst einmal eingefangen, soll der von klassischen Rollenbildern eingenommene Besucher in eine neue Welt entführt werden. Österreich

will beweisen, dass es auch als High-Tech-Land jenseits aller Klischees punkten kann. „Das Interesse Chinas an Spitzenleistungen heimischer Unternehmen ist trotz Wirtschaftskrise groß. Die Expo 2010 soll auch dafür genutzt werden, unser Land als weltoffenen, konstruktiven und verlässlichen Partner hervorzuheben“, erklärt Regierungskommissar Hannes Androsch.

Unter dem Motto „Sinne im Gleichklang“ entführt der gesamte Pavillon den Besucher in eine virtuelle Erlebniswelt vom Hochgebirge über Wälder und Wiesen bis in die Großstadt. Der Besucher geht interaktiv über knirschenden Schnee und erlebt die Abend-

dämmerung im Hochgebirge. Mit dem Kristallriesen Swarovski verhandelt die österreichische Expo-Projektleitung übrigens über die Aufstellung von Kristallfiguren.

Um dem Klischee des Musiklandes zu entsprechen, organisiert Österreich einen Klavierwettbewerb für Musikschulen in ganz China. Beworben wird der Bewerb von der Ehrenbotschafterin des österreichischen Pavillons, Bai Lin. Ihr Gesicht ist in China weit hin bekannt, war sie doch als Baby in den Siebzigerjahren auf der ersten und lange einzigen erhältlichen Babyseife Chinas zu sehen.

Österreich lässt sich den Auftritt im Hoffungsmarkt China auch einiges kosten: 16 Mio. Euro, so viel wie noch nie, investieren das Wirtschaftsministerium (zu drei Viertel) und die Wirtschaftskammer.



Rot-Weiß-Rot auf Werbetour in China: Fischer und Androsch beim Besuch der Expo-Baustelle

Foto: Daniele Mattioli