

# Heidi 01 : eine Ausstellung an drei Orten

Autor(en): **Wurster, Elke / Leimgruber, Walter / Banz, ANtonia**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Infos & Akzente**

Band (Jahr): **8 (2001)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-917391>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Heidi 01: Eine Ausstellung an drei Orten

### Zur Entstehung der Ausstellung

Am 21. Mai dieses Jahres wurde *heidi 01*, eine Ausstellung zu Johanna Spyris Welt erfolg eröffnet. Die Dreiergruppe, welche im Sommer 98 erste Ideen zu Papier brachte, wuchs zu einer Equipe, mit über vierzig Personen. Das folgende Interview gibt Einblicke ins Ausstellungsmachen und in die Wechselwirkung zwischen Inhalt und Gestaltung. Gesprächspartner waren Walter Leimgruber, verantwortlich für das inhaltliche Konzept sowie Antonia Banz und David Weisser, vom Gestaltungs-Team.

Von Elke Wurster

#### Einen kurzen Werbespot für die Ausstellung zum Auftakt bitte:

**WL:** Alle kennen die Figur. Niemand kennt die Erfolgsgeschichte. Die Ausstellung zeigt eine der ungewöhnlichsten und globalsten Karrieren einer literarischen Figur.

#### Brauchen wir eine Ausstellung über Heidi? Was ist der Reiz der Sache?

**WL:** Heidi ist nicht nur mit Sicherheit die berühmteste Figur der schweizerischen Literatur, sondern auch weltweit eine der bekanntesten literarischen Geschichten. Schon das allein genügt, sich damit zu beschäftigen. Seit 120 Jahren ist die Geschichte erfolgreich, in allen möglichen Medien. Diese Karriere darzustellen, ist das Ziel der Ausstellung.

**AB/DW:** Heidi wähten wir weit weg, irgendwo in unserer Kindheit, kein Thema für erwachsene Schweizer/innen. Trotzdem ist sie da, in allen Köpfen und Herzen. Dieser Widerspruch reizt uns als Gestalter. Zudem ist das Motiv klischeebeladen. Wir durften keine Berührungsängste mit den Bildern in den Köpfen haben, mussten sie thematisieren, ohne ihnen zu verfallen.

#### Wie wirkte sich die Zusammenarbeit mit Studierenden aus?

**WL:** Für sie hatte die Arbeit auch einen Ausbildungszweck. Wie finde ich entlegenes Material? Wie muss ich es für eine

Ausstellung, im Unterschied zu Seminararbeiten, aufbereiten? Das braucht mehr Zeit, führt zu Umwegen und Sackgassen, aber auch zu Ideen, die mit Profis wahrscheinlich nicht entstehen würde..

#### Worin bestand die erste Annäherung ans Thema?

**WL:** Angefangen hat es mit einer Exkursion in die Gegend von Maienfeld und Bad Ragaz. Die touristische Nutzung von Heidi hat uns zuerst interessiert. Dann habe ich das Buch gelesen und mit meinen Kinder Heidi-Filme angeschaut.

**AB/DW:** Unser Einstieg war ein Brainstorming innerhalb der Gestaltungsgruppe. Gemeinsam hatten wir ein grosses Erfahrungsrepertoire. Später folgten Ausflüge, Lektüre, das Sammeln von Bildern. Unsere eigenen Kindheitserinnerungen erwiesen sich jedoch als grösster Schatz für die weitere Arbeit.

#### Die Ausstellung, soll gleichermassen Tourist/innen, Kinder und Literaturinteressierte ansprechen soll. Noch konkreter: Was bietet heidi 01 den drei Zielgruppen?

**WL:** Wir versuchen, die Ausstellung auf unterschiedlichen Ebenen attraktiv und «lesbar» zu machen, damit für die verschiedenen Gruppen etwas geboten wird.

**AB/DW:** Natürlich gibt es da Knacknüsse:

Auf welcher Höhe liegt die Leseebene und wo liegt, was erst durch Interaktion entdeckt werden kann. Wo muss das Schlüsselloch sein, damit Erstklässler auf Zehen hineinsehen und sich Erwachsene bücken können, ohne einen Hexenschuss zu bekommen.

**AB/DW:** Tourist/innen haben sich vielleicht schon mal vor dem Rheinfluss fotografieren lassen, aber in einer riesigen begehbaren Schneekugel...? Durch diese Installation erfahren sie aber auch eine andere Seite der Schweiz. Die heile Heidi-Welt ist künstlich und aufgeblasen. Die Wirklichkeit hat Schattenseiten. Kinder können die Geschichte selbst entdecken. Sie können in Heidis Welten stöbern, ins Heubett steigen, ihren Weg nachspielen. Für sie soll die Ausstellung eine interaktive Entdeckungsreise sein.

**WL:** Literaturinteressierte finden viele Aspekte rund um die Geschichte, zur Autorin und zu ihrem Weitgehend vergessenen Gesamtwerk. Sie können verschiedenste Ausgaben ansehen und die medialen folgewirkungen des Bestsellers kennen lernen.

#### Wie geht die Ausstellung mit Kitsch und Klischees um?

**WL:** Kitsch ist eine problematische Kategorie. Was heute als Kitsch gilt, ist morgen «in» und übermorgen im Museum. Populäre kulturelle Phänomene, und da-

mit befasst sich die Volkskunde, sind spannend, wie auch immer man persönlich dazu steht. Sie sagen viel über die Gesellschaft aus und bieten reizvolles Anschauungsmaterial.

**AB/DW:** Mit Kitsch darf jeder sein privates Universum basteln. Klischees zu spiegeln, in einem anderen Kontext zu betrachten und die Landschaft dahinter zu entdecken, ist spannend.

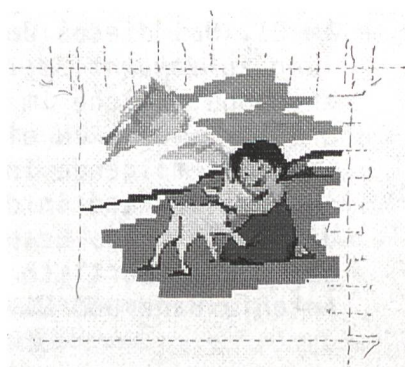
### Was war die härteste Knacknuss?

**WL:** Am schwierigsten war die Suche nach Sponsoren. Männer im mittleren Alter im mittleren und oberen Kader scheinen Heidi nicht zu mögen. Die Schweizer haben offenbar ein Problem mit Heidi, das alle anderen nicht haben. Sie möchten nicht mit ihr identifiziert werden. Andere hingegen haben ihren Marktwert entdeckt. Mit Ausnahme der touristischen Organisationen sind es ausländische Firmen, die mit Heidi werben, Mercedes und McDonalds zum Beispiel.

### Zum Schluss: einen Höhepunkte der Ausstellung:

**AB/DW:** Die «Bühnenschnitze», eine Art begehbare Bilderrahmen. Wir haben darin Schauplätze der Heidi-Geschichte nachgebaut. Die Information findet sich

in Schubladen, auf Kissen aufgestickt oder in Büchern, die auf dem Nachttisch liegen. Fast wie ein dreidimensionales Computerspiel.



**Walter Leimgruber** ist Projektleiter und damit verantwortlich für Inhalt und Gehalt der Ausstellung. Er ist Oberassistent am Volkskundlichen Seminar der Universität Zürich. Ein grosser Teil der Recherchen für heidi 01 wurde von Studierenden des Faches ausgeführt, die sich im Rahmen eines zweisemestrigen Projektseminars für die Ausstellung engagierten.

**Das Designteam heidi 01** hat das visuelle und architektonische Konzept der Ausstellung erarbeitet. Es setzt sich aus vier Gestalter/innen zusammen. Antonia Banz und David Weisser arbeiten als 3D-

Gestalter unter dem Label raum+produkt im Zürcher Kreis 5, wo auch Franziska Widmer und Regula Heer ihr Atelier widmer\_heer\_visuelle\_gestaltung haben.

**Elke Wurster** studiert Volkskunde und Ethnologie mit Schwerpunkt bei visuellen Themen und Ausstellungen.

**Heidi 01 – eine Ausstellung an drei Orten**  
22. Mai – 5. August 2001

*Strauhof Zürich:* Heidi: Mythos – Marke – Medienstar  
*Schweizerisches Jugendbuchinstitut, Zürich:* «Dabei erzählen Sie so resolut ...» Johanna Spyri 1827–1901  
*Johanna Spyri-Museum, Hirzel:* Rosenresli, Peppino & Co: Johanna Spyris Gesamtwerk

**Information, Öffnungszeiten, Veranstaltungen:** Tagespresse oder [www.heidi01.ch](http://www.heidi01.ch)

**Einführung für Lehrer/innen im Strauhof:**  
Do 31. Mai, 18–19.30, kostenlos, Anmeldung Tel. 01 360 47 87 (bitte sofort)

**Veranstaltungen für Schulen,**  
1. – 4. Klasse (Dauer 1,5 h) im Strauhof: Anmeldung Tel. 01 360 47 84

## Publikationshinweis

### Heidi: Karrieren einer Figur

Begleitband zur Ausstellung Heidi 01



Der reich illustrierte Begleitband beinhaltet 16 Essays, die sich mit der Wirkung von Johanna Spyris «Heidi» befassen. Obwohl Heidi arm ist, aus dem 19. Jahrhundert stammt, weder Ski fährt, noch Tennis spielt, ja, eigentlich gar nicht existiert hat, ist sie die berühmteste Schweizerin. Ihre Geschichte spricht von der Macht der Ideen, Bilder und Sehnsüchte. Behutsam, kenntnisreich und kritisch wird Heidis Geschichte und ihrer Reise um die Welt, der Autorin, ihrem Umfeld und der Zeit, in der Heidi «erfunden» wurde, auf den Grund gegangen.

**Die Zeit:** Ernst Halter: Johanna Spyri, Marlitt und ihr verwaistes Jahrhundert

**Die Autorin:** Regine Schindler: Die Autorin und ihre Figur; Jean Villain: Psychische Krankheit bei Johanna Spyri; Yvonne Flury: Schwache Mütter, verletzte Väter

**Die Figur:** Christophe Gros: Heidi, die kleine Göttin aus den Bergen; Christine Müller: Hätte Heidi den Apfel getroffen? Renate Amuat: Heidi im Schulhaus Sihlfeld; Aya Domenig: «Cute Heidi»; Walter Leimgruber: Heidis erfolgreiche Medialisierung; Ueli Gyr: Herzfigur und Markenzeichen

**Der Roman:** Verena Rutschmann: «Gott sitzt im Regimentel/ Und führet alles wohl.» Elisabeth Abgottspon: Heidi – übersetzt und verändert von Charles Tritten; Roger Francillon: Heidis Metamorphosen; Monique Stäheli: Heidis neue Heimat; Ingrid Tomkowjak: Die «Heidi»-Filme der Fünfzigerjahre; Georg Escher: «Berge heissen nicht»

Halter, Ernst (Hg): *Heidi: Karrieren einer Figur*. Ca. 200 Seiten, ca. Fr. 68.–. Zürich: Offizin Verlag, 2001.