



Shanghai, den 11.11.2010

*Pressemitteilung*

**Viel Deutschland auf der Expo 2010 – eine Bilanz**

Auf der Expo 2010 in Shanghai gab es viel Deutschland zu sehen und zu erleben! Deutschland freut sich, dass es neben seinem spektakulären Pavillon „balancity“ zahlreiche weitere attraktive und hochwertige Beiträge präsentieren und das Interesse des Publikums wecken konnte. Den zahlreichen chinesischen und ausländischen Besuchern bot sich ein vielfältiges, offenes und überzeugendes Deutschlandbild. Eine Bilanz:

Der **Deutsche Pavillon „balancity“** gehörte mit über 4 Millionen Besuchern zu den Publikumsmagneten und war somit eines der großen Expo-Highlights. Hierfür nahmen die Besucher auch Wartezeiten von durchschnittlich 3 bis 6 Stunden in Kauf. Der Deutsche Pavillon definierte sich maßgeblich über den Inhalt. Die Besucher hatten Spaß daran, die Exponate zu benutzen und zu berühren, in Interaktion zu treten und Ergebnisse zu sehen. Die Organisatoren des Pavillons freut insbesondere, dass „balancity“ Deutschland als Wirtschaftsnation und Reiseland würdig präsentieren konnte und den Geschmack des asiatischen Publikums getroffen hat.

„Balancity“ erzählte die Geschichte von einer Stadt im Gleichgewicht und hat damit das EXPO-Motto „Better City, Better Life“ wie kaum ein anderer Pavillon aufgegriffen. Hierfür wurde „balancity“ von vielen Besuchern und Delegationen außerordentlich gelobt und zum Abschluss der Expo auch mit dem 1. Preis der Veranstalter für die beste Umsetzung ausgezeichnet.

Mit der Expo endete auch die dreijährige Veranstaltungsreihe **„Deutschland und China-Gemeinsam in Bewegung“ (DuC)**. Auf der sechsten und letzten Etappe präsentierte sich DuC mit dem **Deutsch-Chinesischen Haus**, einer selbsttragenden, zweigeschossigen Konstruktion aus Bambus und damit einem Beispiel für kreative Architektur aus ressourcenschonendem Material. Das Deutsch-Chinesische Haus war die einzige Präsentation auf der Expo, die nicht einen Staat, eine Stadt oder Region, eine internationale Organisation oder ein Unternehmen vertrat. Im Deutsch-Chinesischen Haus haben über eine halbe Million Besucher an einem interaktiven Stadtplanungsspiel teilgenommen und über 35.000 Häuserblöcke einer virtuellen Stadt kreiert. Das Deutsch-Chinesische Haus wurde im Oktober in einer feierlichen Zeremonie an die Stadt Hangzhou übergeben. Dort wird es im neuen International Urban Exposition Center wieder aufgebaut.

Neben dem Nationenpavillon und dem Deutsch-Chinesischen Haus war Deutschland auch mit vier Städten auf der Expo vertreten: Bremen, Düsseldorf, Freiburg und Hamburg

präsentierten sich während der gesamten sechs Monate in der **Urban Best Practices Area (UBPA)**.

**Bremen** präsentierte an einem Gemeinschaftsstand mit Bremerhaven und Oldenburg überzeugend und attraktiv für das Publikum ausgewählte Themen wie Car-Sharing und E-Mobility, Bionik und Klimaforschung, Offshore-Windenergie und Energiemanagement. So war der Stand u.a. dabei, als während der Weltausstellung die erste Car-Sharing-Station in Shanghai eröffnet wurde. Über eine halbe Million Besucher konnten zudem auch die weltberühmten Bremer Stadtmusikanten bestaunen. Die Skulptur mit den vielen Unterschriften prominenter Standbesucher wird Shanghai erhalten bleiben und einen Platz im neuen Expo-Museum einnehmen.

**Hamburg** stellte sich auf der Expo mit dem Hamburg House, dem ersten zertifizierten Passivhaus in China, als lebenswerte und innovative Metropole am Wasser vor. Das Hamburg House gilt als innovativer Ideengeber für energiesparendes Bauen und bot einen Lösungsansatz für Klimafragen und die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Viele junge chinesische Besucher interessierten sich nicht nur für das Haus selbst, sondern auch für die anschaulichen Informationen zur Stadt Hamburg und die „Halle des Lächelns“, in der Wünsche für die Zukunft abgegeben werden konnten. Das Hamburg House wird nach der Expo weiter genutzt. Im Gespräch sind beispielsweise Konzepte für ein deutsch-chinesisches Unternehmenszentrum für Nachhaltigkeit oder eine Nutzung als Zentrum für Kreativwirtschaft.

**Düsseldorf** präsentierte die erfolgreiche und unverwechselbare Mischung aus „business“ und „lifestyle“. Mehr als 2 Millionen Besucher kamen zum Düsseldorf-Stand. Die Angebote mit der gelungenen Mischung aus Unterhaltung und Informationen kamen bei den Besuchern gut an: das Düsseldorf-Quiz, der 8 Meter breite Multi-Touch-Screen, der die Stadtgeschichte darstellte, das virtuelle Drachenbootrennen sowie die Ausstellungsflächen zum MedienHafen und zur Rheinuferpromenade waren stets dicht umlagert. Zudem wurden sechs Schwerpunkte in Form von Thementagen gesetzt, um den Standort Düsseldorf mit all seinen Facetten darzustellen.

Darüber hinaus zeigten auch weitere deutsche Städte für kürzere Zeit ihre besonderen Projekte in der Urban Best Practices Area.

Die Stadt **Bonn** zeigte sich sehr zufrieden mit ihrer achttägigen Präsentation. Rund 600-800 Besucher täglich setzten sich intensiv mit Bonn als UNO-Stadt und Nachhaltigkeitsstandort auseinander. Besonderes Interesse zeigten die Gäste am Fotoshooting und am Klima-Quiz. Weitere Höhepunkte waren die zweitägige Jugend-Universität zum Klimaschutz, an der über 30 Schülerinnen und Schüler aus Bonn und den Partnerstädten Bucharu und Chengdu sowie der Deutschen Schule Shanghai teilnahmen, und das zweite Chinesisch-Deutsche Bürgermeisterforum, organisiert durch den Gastgeber Bonn in Zusammenarbeit mit der Chinese Association of Mayors und InWEnt.

Auch in den Expo-Themenpavillons war Deutschland prominent vertreten. Die Staatlichen Museen zu Berlin und die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden präsentierten sich im

„**Pavillon of Urban Footprints**“, in dem Aspekte der Stadtentwicklung im interkulturellen Vergleich von den Anfängen bis zur Gegenwart exemplarisch gezeigt wurden und der von über 5 Millionen Gästen besucht wurde.

Die **Staatlichen Museen zu Berlin** waren mit weltberühmten Objekten aus dem Pergamonmuseum von der Museumsinsel Berlin vertreten. Kostbare Leihgaben des Vorderasiatischen Museums, darunter ein aus glasierten Ziegelfragmenten zusammengesetzter schreitender Löwe von der Prozessionsstrasse und ein Drache vom Ishtar-Tor, ergänzten aufwändige und farbenprächtige Rekonstruktionen der weltberühmten Prozessionsstrasse und des Ishtar-Tores von Babylon.

Ein viel gelobter Themenpavillon war der von **Triad Berlin** gestaltete „**Urban Planet**“. Triad hatte sich in einem internationalen Wettbewerb gegen 150 Konkurrenten durchgesetzt. Der „Urban Planet“ widmete sich den komplexen Prozessen der Globalisierung unseres Planeten und den damit verbundenen globalen Herausforderungen. Die Szenografie verband dabei westliche Erzähltraditionen mit Motiven aus der chinesischen Feng-Shui-Tradition.

Auch außerhalb des Expo-Geländes gab es viel Deutschland zu sehen. Das **German Centre Shanghai** führte das Projekt „experience the quality of life“ in Partnerschaft mit „balancity“ auf dem Gelände des Shanghai Center im Zhangjiang High Tech Park durch. Fast 100 teilnehmende deutsche Firmen präsentierten den zahlreichen Delegationen aus Wirtschaft und Politik aus Deutschland und China ihre Lösungen für ein umwelt- und zukunftsgerichtetes Stadtleben von morgen – mit Technologie, die schon heute verfügbar ist. Die Pavillons, der Innovationspavillon und das German Energy Center & College, bleiben bestehen und bilden den Kern für die nachhaltige Präsenz deutscher Umwelttechnologie in Shanghai, z.B. mit deutsch-chinesischen Forschungsprojekten zur energiesparenden Bauweise, Ausbildung von chinesischen Ingenieuren zu Energiemanagern und praxisnahen Workshops. Sie machen diese Plattform damit zum größten deutschen Engagement außerhalb des Expo-Geländes.

Die **Deutsche Auslandshandelskammer (AHK) Shanghai** organisierte während der Expo verschiedene Veranstaltungen und betreute über 100 Delegationen. Als Teil des weltweiten Netzwerks der Deutschen Auslandshandelskammern hat die AHK Shanghai über die deutschen Inhalte auf der Expo berichtet und diese damit beworben. Highlights waren u.a. die Organisation eines Workshops im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit zum Thema deutsch-chinesisches Wasser-Management, ein dreitägiges Seminar zu den Schwerpunkten Umwelt, Energie, Metall, Logistik, Agrar und Nahrungsmitteln sowie ein Investitionsseminar zum Thema Luftfahrt und Windkraft. Zahlreiche Delegationen deutscher Politiker aus verschiedenen Bundesländern wurden betreut, insbesondere anlässlich der jeweiligen Bundesland-Woche auf der Expo.

Deutschland ist bereits jetzt in China das beliebteste westeuropäische Reiseziel. Für die **Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)** war die EXPO ein Höhepunkt der umfangreichen Marketingaktivitäten, mit denen sie die Bekanntheit des Reiselandes Deutschland weiter steigert und den boomenden Markt China noch besser für den Deutschland-Tourismus erschließt.

Die Chance, im Zuge der Expo Aufmerksamkeit für Deutschland als Reisedestination zu erzielen, konnte erfolgreich genutzt werden. Die DZT war als offizieller Exponategeber am Deutschen Pavillon „balancity“ beteiligt und präsentierte dort „10 Argumente für das Reiseland Deutschland“.

Durch flankierende Pressearbeit, Newsletter, Pressekonferenzen und Veranstaltungen sowie zahlreiche Hintergrundgespräche mit Medienvertretern konnte die Werbewirkung verstärkt werden. Darüber hinaus stellte die DZT Informationen auf ihrer chinesischen Website unter [www.germany.travel](http://www.germany.travel) zur Verfügung und unterstützte die Messe „German Living“.

Dies war nur eine kleine Auswahl an deutschen Expo-Akteuren. Alle deutschen Teilnehmer waren auf dem Internet-Portal [www.germany-at-expo.com](http://www.germany-at-expo.com) zusammengefasst. Dem Besucher bot sich die Möglichkeit, eine interaktive Deutschlandreise über die Expo zu machen mit vielen Informationen zu den einzelnen Beteiligungen. Zudem haben viele Website-Besucher die Möglichkeit genutzt, ihre Kenntnisse bei einem Deutschland-Quiz unter Beweis zu stellen.

Deutschland hat als erste Nation auf der Expo eine **easy access-Chipkarte** zum Nationenpavillon eingeführt. Um einen schnelleren Zugang zum Publikumsmagneten „balancity“ zu erlangen, musste man zuerst die vier permanenten deutschen Städtebeteiligungen und das Deutsch-Chinesische Haus besichtigen und sich die Chipkarte bei jeder Station abstempeln lassen. Mit der vollständig abgestempelten Karte, die bei den Besuchern heiß umkämpft war, konnte man bei „balancity“ die langen Wartezeiten umgehen.

Die easy access-Karte war ein derartiger Erfolg, dass andere Nationen sie ebenfalls eingeführt haben.

Die deutschen Beteiligungen auf der Expo wurden durch zahlreiche **Kulturereignisse** ergänzt. Darüber hinaus haben viele hochrangige Gäste aus Deutschland die Expo besucht, u. a. der Bundespräsident, der Bundesratspräsident, vier Bundesminister und vier Ministerpräsidenten deutscher Bundesländer.

Für alle deutschen Beteiligungen war die Expo ein durchschlagender Erfolg. Bleibt zu wünschen, dass durch die vielfältigen deutschen Beiträge Lust auf noch mehr Deutschland geweckt wurde.

Deutschland bedankt sich bei der Stadt Shanghai für die herzliche Gastfreundschaft und die gelungene Ausrichtung der größten Expo aller Zeiten.