

Point de Suisse – eine künstlerisch inszenierte Volksbefragung

Die ganze Schweiz ist zum Mitmachen eingeladen. Mit ‚Point de Suisse‘ wird im Juni und Juli 2014 eine landesweite Volksbefragung mehrstufig aufgelegt und künstlerisch inszeniert. Im Auftrag des Festival de la Cité Lausanne und mit Blick auf das 50-Jahre-Jubiläum der Expo 1964 ergründet das Künstlerduo Com&Com in Zusammenarbeit mit Milo Rau die Befindlichkeit der heutigen Schweizer Bevölkerung.

Inhaltlich geht es beim Projekt ‚Point de Suisse‘ um eine Momentaufnahme und Analyse der aktuellen Schweizerischen Volksbefindlichkeit. Konzipiert als Reenactment, also ein nochmaliges Inszenieren, blickt es auch 50 Jahre zurück auf die Expo 1964 in Lausanne. Damals sollte die berühmt gewordene Gulliver-Aktion die Besucherinnen und Besucher zum Nachdenken bringen und Diskussionen über Zukunftsfragen der damaligen Schweiz anregen. Doch angesichts der unerwartet kritischen Antworten griff der Bundesrat zensurierend ein, unterband die Publikation der Daten und liess die 580'000 Antwortkarten vernichten. Doch selbst als harmloses Spiel („Kann man ein guter Schweizer sein und erst um neun Uhr aufstehen?“) vermochte das Gulliver-Projekt zur Diskussion anzuregen.

50 Jahre später präsentiert sich das Vorhaben Point de Suisse weit weniger physisch als der Riese Gulliver. Geschaffen wird eine soziale und mediale Skulptur in Form einer künstlerisch inszenierten Volksbefragung mit wissenschaftlicher Analyse und öffentlichem Dialog. Im Mittelpunkt stehen die Bewohner der Schweiz, welche über einen Fragebogen mit 25 aktuellen Fragen zu ihrer Befindlichkeit Auskunft geben. Thematisiert werden Heimat, Politik und Zukunft, Arbeit, Familie und Religion, aber auch Glück, Ängste und Werte. Die Fragen sind pointiert formuliert, zum Beispiel: „Welches Ereignis der Geschichte der Schweiz würden Sie streichen, wenn Sie die Möglichkeit hätten?“ oder „Würden Sie vorübergehend einen Flüchtling bei sich zu Hause aufnehmen?“ oder „Googeln Sie sich selber?“. Ziel von ‚Point de Suisse‘ ist auch, eine öffentliche Debatte anzuregen.

‚Point de Suisse‘ ist mehrstufig angelegt

Eine repräsentative Umfrage im Juni 2014 bildet den Auftakt: Rund 1000 Bewohner aus allen Landesteilen der Schweiz beantworten 25 Fragen zu verschiedenen Lebensbereichen und ihrer persönlichen Befindlichkeit. Durchgeführt wird die repräsentative Umfrage vom Unternehmen management tools, welches als unabhängiger Experte auf Marktforschung und Medienbeobachtung spezialisiert ist. Die Resultate der repräsentativen Umfrage werden ab 1. Juli auf www.pointdesuisse.ch veröffentlicht.

Die dreisprachige Website www.pointdesuisse.ch ist die Anlaufstation zum Mitmachen. Sie informiert über das Gesamtprojekt. Hier können vom 1. bis zum 31. Juli 2014 alle Interessierten online an der Umfrage teilnehmen und ihre persönlichen Resultate mit dem Ergebnis der vorangegangenen repräsentativen Schweizer Umfrage vergleichen und downloaden. Nach Abschluss dieser öffentlichen Umfrage werden im August die Resultate und Analysen veröffentlicht, später auch Teile der Abschluss-Publikation.

Vor und während des Festival de la Cité Lausanne, also in den ersten zwei Juli-Wochen, lädt eine grossflächige Plakataktion in Lausanne und Umgebung zur Umfrage-Teilnahme auf der Website ein, aber auch zu einem kreativen Akt von ‚Vandalismus‘ direkt auf den Plakaten. Das Plakat-Design erinnert an die Abstimmungszettel einer eidgenössischen Volksabstimmung, respektive an den Schweizer Pass.

Die Wissenschaftlichkeit ist gegeben. Soziologen, Historiker, Politologen und Medienwissenschaftler werden sowohl die Antworten aus der repräsentativen Umfrage vom Juni wie auch die nicht-repräsentative öffentliche Web-Befragung vom Juli auswerten und die Resultate interpretieren und vergleichen. Diese Analysen werden ab August auf der Projekt-Website aufgeschaltet und am 25.9. 2014 Théâtre Vidy-Lausanne sowie am 14.10.2014 in der Gessnerallee in Zürich öffentlich diskutiert. Eine Abschluss-Publikation fasst das Projekt ‚Point de Suisse‘ zusammen und hält Resultate, Analysen und Reaktionen für kommende Generationen oder zukünftige Befragungen fest (Verlag CCP, ISBN: 978-3-033-04595-8). René Levy, Honorarprofessor in Soziologie an der Universität Lausanne wird die Daten von Point de Suisse

analysieren: „Nach der Gulliver-Aktion von Apothéloz an der Expo 64 ist dies wohl der erste Versuch in der Schweiz, Befragungsergebnisse zum Anstossen öffentlicher Diskussionen zu verwenden.“ Und der Historiker Prof. Albert Tanner von der Universität Bern meint: „Endlich mal so etwas wie ‚fröhliche Wissenschaft‘ und doch ernsthaftes Bemühen, zu Erkenntnissen zu kommen“.

Künstler im Dialog

Erschaffen und geleitet wird die soziokulturelle Aktion durch das multidisziplinär tätige Schweizer Künstlerduo Com&Com (www.com-com.ch). Johannes M. Hedinger und Marcus Gossolt sind Künstler, Kuratoren, Kreativdienstleister, Forscher und Dozenten. Bekannt wurden sie mit *C-Files: Tell Saga* (Biennale Venedig 2001) und *Mocmoc* (2003). Seit 2011 sind sie mit dem Appenzeller Baumstamm ‚Bloch‘ weltweit unterwegs. Der ausgebildete Soziologe Milo Rau ist Regisseur und Autor und hat als Leiter des IIPM (Institut für theoretische und künstlerische Reenactments) zusammen mit Rolf Bossart seine Kompetenz in den ‚Point-de-Suisse‘-Fragebogen miteinfließen lassen. Johannes M. Hedinger erklärt: „Das Kunstprojekt ‚Point de Suisse‘ ist ein offenes, partizipatives Werk. Es entwickelt sich in den Köpfen der Teilnehmenden, sowohl während der Umfrage, wie auch während der Interpretation der Resultate und den damit angeregten Debatten. Es kann für jeden etwas anderes bedeuten. Das ist denn auch eine der Grundaufgaben eines vielschichtigen Kunstwerkes: Kommunizieren, Anregen, Weiterführen.“

Lausanne lädt zu urbanem Fest und schweizweiter Teilnahme

Produzent von ‚Point de Suisse‘ ist das 43. Festival de la Cité Lausanne, welches vom 8. – 13. Juli stattfindet (www.festivalcite.ch). Das multikulturelle Festival lädt ein zu Begegnungen im öffentlichen Raum mit Kunst und Kultur in vielen Facetten. Unter den mehr als 60 künstlerischen Programmpunkten präsentieren etwa Rimini Protokoll, Massimo Furlan, Dries Verhoeven, Cirque Inextremiste, Asphalt Piloten, Zimoun, tUnE-yArDs, MØ, Karol Conka, Puts Marie und Pablo Nouvelle neueste Werke und Musik. In ‚Point de Suisse‘ sieht Festival-Direktor Michael Kinzer eine Chance, die ganze Schweiz zur Partizipation und Reflexion über persönliche Werte, Alltag und Identität einzubinden und anzuregen.

Point de Suisse ist ein offizieller Beitrag des 43. Festival de la Cité Lausanne und findet im Rahmen der 50-Jahre-Feierlichkeiten der Expo 1964 statt. Unterstützt wird das Projekt durch Beiträge der Stadt Lausanne, der Loterie Romande, der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia und durch ein Sponsoring der Firma *management tools*.

Die Daten von Point de Suisse

- | | |
|---------------|---|
| 1. - 15. Juni | schweizweite repräsentative Umfrage durch <i>management tools</i> als unabhängiger Experte für Marktforschung und Medienbeobachtung |
| 1. – 31. Juli | öffentliche Umfrage auf www.pointdesuisse.ch mit Vergleichsmöglichkeit der persönlichen mit den repräsentativen Daten |
| 15. August | Veröffentlichung der Resultate der öffentlichen Umfrage und erste Analysen |
| 1. September | Medienmitteilung mit Resultaten und Kommentaren sowie Einladung zu den Abschlussevents |
| 25. September | 19.30 Uhr: Abschlussveranstaltung im Théâtre Vidy-Lausanne und Vernissage der Projektpublikation (Verlag CCP, ISBN: 978-3-033-04595-8) |
| 14. Oktober | 18.30 Uhr: Abschlussveranstaltung in der Gessnerallee Zürich inkl. Präsentation der Publikation |

Pressedossier und –fotos

www.pointdesuisse.ch → Presse → für die Presse. Interessant z.B. die Resultate der repräsentativen Umfrage.

Informationen zum Veranstalter: www.festivalcite.ch

Informationen zu den Künstlern: www.com-com.ch

Kontakt

Com&Com, Lagerstrasse 95, 8004 Zürich, Alexa Gruber, Projektassistenz und –Koordination
+41 78 624 70 36, info@pointdesuisse.ch

Medienbeauftragte, Susi Schildknecht, Zinggliweg 7, 7208 Malans
+41 81 330 64 30 oder +41 79 605 32 84, susi.schildknecht@bluewin.ch

Lausanne, 30. Juni 2014