

Ein Kunst-Memorial für zwei Gletscher

Interlaken Eis, Eismeer, kein Eis mehr: Das Kunsthaus Interlaken stellt die beiden Grindelwaldgletscher und ihre Veränderung in den Fokus seiner Sommerausstellung.

Anne-Marie Günter

Die Botschaft, dass Gletscher phänomenal wie ein gefrorenes Meer seien, trugen einst Kunstmaler in die Welt hinaus. Und weil die Grindelwaldgletscher, dem Talboden nahe, auf den frühen Alpenreiserouten am Weg lagen, wurden sie oft porträtiert.

Bedrohung, Faszinosum, Ideal, Drama und Realität: Das Kunsthaus Interlaken zeigt in seiner Sommerausstellung die Vielfalt der Darstellung der Grindelwaldgletscher im Lauf der Zeit. Die zündende Idee gab das 2017 erschienene Buch «Die Grindelwaldgletscher – Kunst und Wissenschaft» des emeritierten Geografieprofessors Heinz J. Zumbühl und der Co-Autoren Samuel U. Nussbaumer, Hanspeter Holzhauser und Richard Wolf. Kunsthaus-Kurator Heinz Häsler ging auf die Suche nach den im Buch gezeigten Bildern, um sie jetzt in Interlaken zu versammeln.

Das Eismeer schwindet

«Ich stiess überall auf ein positives Echo», sagt er. Und so reisten, sicher verpackt und geschützt, Kunstwerke aus allen Ecken nach Interlaken, aus Museen, aus privaten Sammlungen, aus Archiven. Darunter Stars der Gletscherszene wie Ferdinand Hodlers «Grindelwaldgletscher» aus dem Kunsthaus Zürich, Johann Ludwig Aberlis «Vue d'une partie du Glacier de Grindelwald» aus dem Kunstmuseum Bern, Caspar Wolfs «Unterer Grindelwaldgletscher mit Blitzschlag» aus dem Aargauer Kunsthaus, Samuel Birmanns «Am Unteren Grindelwaldgletscher» aus dem Kunstmuseum Basel.

Eine Fotografie des Unteren Grindelwaldgletschers von 1855 kam sogar aus der Alpine Club Library in London. Diese Fotogra-



Videostill aus «Symbioses of Responsibility» von George Steinmann. Fotos: PD



Grindelwaldgletscher von Caspar Wolf.

fie zeigt einen breiten Eisstrom mit höckerförmigen Wellen, der die Eigerflanke Richtung Talbodenbäume umfließt. Schon 2013 war dort, das zeigt ein Foto von Samuel U. Nussbaumer, weit und breit kein Eis mehr.

Die Sicht der Wissenschaft

Heinz Häsler nennt die Ausstellung denn auch «keineismeer»; als Kontrast steht dieser Titel auf dem Plakat zur Ausstellung vor blauschimmernden Eisspitzen, die Caspar Wolf 1774 oder 1776/1777 gemalt hat.

In einem zentralen Raum des Kunsthauses zeigen Tafeln und Exponate die Sicht der Wissen-

«Ein Verlust von 80 Prozent des Eises scheint unabwendbar.»

Aus der Ausstellungsbroschüre

schaft auf die Grindelwaldgletscher und erklären, wie die Gletscherveränderungen erforscht werden. Dazu gehört die historische Methode, die sich auf überlieferte Schrift- und Bildquellen stützt. Bei den Grindelwaldgletschern ist deren Reichtum ein-

malig. Heutzutage überfliegen Drohnen die Zunge des Unteren Gletschers und schiessen Fotos mit sehr hoher räumlicher Auflösung. Den historischen Bildern und Gemälden gegenübergestellt zeigt sich: Beim Unteren Gletscher gingen im Kessel unterhalb der Stieregg seit 1860 vertikal rund 350 Meter Eis verloren. Oder wie es in der Ausstellungsbroschüre heisst: «Auch unter positiven Annahmen scheint ein Verlust von 80 Prozent des Eises unabwendbar.»

Verlustängste? Das Kunsthaus Interlaken zeigt, wie heutige Künstler mit dem Thema umgehen. In der Videoinstalla-

tion «Symbioses of Responsibility. Gletscherblues» spielt der Berner Künstler George Steinmann vor dem Rhonegletscher auf seiner Bluesgitarre. Steinmann befasst sich seit Jahren mit dem Klimawandel, dem Verlust der Biodiversität, der Ökologie von Wäldern und Wasser.

Einen speziellen Ansatz wählte die in Graubünden lebende Ester Vonplon. Für ihre Installation «Gletscherfahrt» verwendet sie Fliesen, die auf den Gletschern ausgelegt werden, um sie am Schmelzen zu hindern. Ihr Kunstwerk hat sie mit Musik von Stephan Eicher und Rainier Lericolais unterlegt. Der in Deutsch-

land lebende Japaner Hiroyuki Masuyama hat Caspar Wolfs Gemälde «Blick von der Bänisegg über den Unteren Grindelwaldgletscher auf das Fiescherhornmassiv» fotografiert, das Bild mit neuen Aufnahmen des Gletschers neu zusammengesetzt und macht so den Wandel noch einmal anders wahrnehmbar.

«keineismeer», vom 16. Juni bis 25. August.
Vernissage: 15. Juni, 17 Uhr.
Öffnungszeiten: Mittwoch, Freitag und Samstag von 14 bis 18 Uhr, Donnerstag 14 bis 20 Uhr, Sonntag 11 bis 17 Uhr.
www.kunsthauseinterlaken.ch



Vorbereitung der Ausstellung: Künstler George Steinmann packt sorgfältig eines seiner Bilder aus. Foto: Bruno Petroni

Berner Start-up überzeugt die «Löwen»

TV Das Berner Start-up Appentura begeisterte gestern in der Sendung «Die Höhle der Löwen» auf TV24: Es sicherte sich die Unterstützung von drei namhaften Investoren.

Stefan Flück, Gründer der Firma Appentura mit Sitz in Bern, versteht es, Spannung aufzubauen. In der vierten Folge von «Die Höhle der Löwen», die gestern Abend auf TV24 lief, weckte er sofort Neugierde auf sein Produkt. Er präsentierte eine Tischbombe. Ihren Inhalt verriet er nicht. Er erklärte bloss, er hoffe, die Investorin Bettina Hein werde sie zünden.

Überraschung!

Sein Plan ging auf: Die St. Galler Internetunternehmerin war sofort angetan. Auch die anderen vier Investoren, die «Löwen», schauten gespannt zu, wie sie die Lunte anzündete. Aus der Tischbombe fiel zauberhafter Konfettiregen – und ein schwarzes Papier. Jetzt erst erklärte Stefan Flück, womit seine Firma Geld verdient: mit Erlebnisgutscheinen der besonderen Art. Das schwarze Blatt führt zu einer personalisierten Website. Auf dieser kann der Beschenkte bestimmen, wann und von wo aus

es losgehen soll. Danach startet ein Countdown. Ist dieser abgelaufen, führt das Smartphone den Kunden per Bus oder per Auto an den richtigen Ort. Jetzt erst wird klar, was das Erlebnis ist: vielleicht ein Restaurantbesuch, ein Gleitschirmflug oder eine Rikschatour.

«Gefragt sind vor allem Abendessen à drei Gängen in drei verschiedenen Restaurants», sagt Stefan Flück auf Anfrage. Der heute 37-jährige hat Appentura 2015 gegründet. Seither seien über tausend Überraschungserlebnisse durchgeführt worden. Der Umsatz liege im sechsstelligen Bereich. Inzwischen beschäftigt Stefan Flück am Firmensitz im Liebfeld vier Mitarbeiter und eine Praktikantin. Als Nächstes wolle er nach Deutschland expandieren.

Die Chancen, dass dies klappt, stehen gut. Die fünf Investoren in der Gründershow jedenfalls waren angetan von seiner Geschäftsidee. Am Ende erklärten sich neben Bettina Hein auch Ro-

land Brack von Brack.ch sowie der Verleger Jürg Marquard bereit, in das Start-up zu investieren. Sie boten gemeinsam 200 000 Franken für einen Firmenanteil von 25 Prozent. Stefan Flück musste sich zuerst per Telefon mit seinem Team daheim in Bern besprechen – und schlug dann ein. Ein Erfolg ist insbesondere, dass auch der sonst überaus kritische Jürg Marquard das Businessmodell unterstützenswert fand. «Es freut mich sehr, dass gleich drei gestandene Unternehmerpersönlichkeiten an uns glauben», sagt Stefan Flück.

Die beiden Investoren, die sich nicht beteiligen wollten – Anja Graf, die möblierten Wohnraum für Geschäftsreisende anbietet, und der Nachhaltigkeitsunternehmer Tobias Reichmuth –, begründeten dies damit, dass ihnen die Welt der Erlebnisgutscheine fremd sei.

Stefan Flück hofft nun, dass die Publizität durch die Sendung ihm zu zusätzlichen Bestellungen



Stefan Flück mit einer ominösen schwarzen Tischbombe. Foto: pd

gen verhilft. Er kommuniziert fast täglich mit Bettina Hein, die seine erste Ansprechperson sei. Ihr gemeinsames Ziel ist es, jedes Jahr um 100 Prozent zu wachsen.

Eher Kätzchen als Löwen

Das Konzept der Sendung – erfolgreiche Investoren entscheiden, ob sie sich an einem Start-

up beteiligen – ist weltweit bekannt. Das Format lief bereits in 35 Ländern – in den USA ist es unter dem Titel «Shark Tank» seit zehn Jahren zu sehen. Nun hat TV24 die Sendung in die Schweiz geholt. Allerdings sind die Löwen hierzulande eher zahme Kätzchen. Sogar der bissigste unter ihnen, Jürg Marquard, drückt stets sein Bedauern aus,

wenn er eine Idee nicht finanziell unterstützen will. Die Investoren stellen aber durchaus harte Fragen. Bei Stefan Flück etwa dazu, wie viele Gutscheine denn überhaupt eingelöst würden.

In den kommenden drei Folgen sind zweite weitere Berner Start-ups zu sehen. Am 18. Juni tritt Design Your Bike auf. Das Unternehmen ermöglicht es Kundinnen und Kunden, ihr Velo online ganz individuell zusammenzustellen. Am 2. Juli ist Yary Kidz aus Bümpliz dran. Die Firma verkauft verkleinernde Toiletensitze für Kinder, die man leicht montieren kann. Die Mahogany Hall in der Stadt Bern wird die Sendungen live übertragen. Man kann also im Public Viewing erfahren, wie die Berner Kandidaten abschneiden.

Mirjam Comtesse

«Die Höhle der Löwen»: dienstags, 20.15 Uhr, TV24
Public Viewing: 18.6. und 2.7., Mahogany Hall, Bern.