

Die Erlebniswelt Phänomena soll nach über 40 Jahren wieder aufleben

# «Wir wollen die Innovationskraft der Schweiz aufzeigen»

INTERVIEW JEAN-CLAUDE RAEMY

Die zehn Hektar grosse Brache Niederfeld zwischen Dietikon ZH und Spreitenbach AG wird bald zum Nabel der Schweiz. Von März bis Oktober 2026 steigt hier die Phänomena. Die selbst ernannte «grösste Erlebniswelt der Schweiz» wird in mehreren Gebäuden, auf Erlebniswegen und mit Hunderten Exponaten dem Publikum wissenschaftliche Erkenntnisse aus den Bereichen Klima, Energie, Mobilität und Physik näherbringen. Aktuell finden sich im Niederfeld erst eine einsame Haltestelle der Limmattalbahn, die Bühne der im Winter pausierenden Gassenschau «Karl's kühne Gassenschau» sowie ein paar Baucontainer, in denen die Phänomena AG ihre Büros hat. Dort nimmt Urs Müller (63), der Generalleiter der Phänomena, Blick in Empfang.

**Blick** Hat Ihnen Ihr Vater Georg (89) zur Neuauflage der Phänomena geraten?

**Urs Müller:** Nein, aber er hat es sich gewünscht. Er war ein Event-Manager der ersten Stunde und hat mit der ersten Phänomena, die 1984

am Zürichhorn über die Bühne ging und mit über 1,2 Millionen Besuchern extrem erfolgreich war, den Nerv der Zeit getroffen. Sie diente als Vorlage für naturwissenschaftliche Erlebniswelten wie das Winterthurer Technorama. Wir haben uns über eine Neuauflage gelegentlich ausgetauscht. Die neue Phänomena ist aber auf den heutigen Zeitgeist angepasst – mit Themen, die uns im täglichen Leben berühren.

**Sie wecken hohe Erwartungen. Was wollen Sie bieten?**

Es wird nicht dasselbe wie damals sein. 1984 ging es darum, natürliche Phänomene erlebbar zu machen. Wir wollen primär die Besucher über Alltägliches staunen lassen. Heisst: Die Ausstellung fokussiert darauf, wie die heutige Welt vernetzt ist und wie unser Konsumverhalten die Welt mitgestaltet.

**Das klingt noch vage. Können Sie ein Beispiel machen?**

Urs Müller steht an der Spitze der Phänomena, die 2026 in Dietikon ZH stattfinden soll.



**«Wir wollen Besucher über Alltägliches staunen lassen.»**

Insgesamt sieben Erlebniswelten sind angedacht: Biodiversität, Energie, Mobilität, künstliche Intelligenz, Klima, Physik/Chemie sowie Weltraum. Wir werden veranschaulichen, was eine Kilowattstunde ist. Wie viel Energie aus Wasserkraft es benötigt, um ein E-Mail zu verschicken. Was ein Apfel mit KI zu tun hat. Was es für autonomes Fahren benötigt.

Wie Transportketten in der Textilindustrie funktionieren. Oder wie es wäre, in 3D auf der Sonne zu laufen. Total wird es 200 Erlebnisse geben. Alles auf interaktive Art und mit Einbezug von Schweizer Know-how.

**Was meinen Sie damit?** Wir haben rund 20 Partner aus der Privatwirtschaft dabei, über 20 Stiftungen, alle Limmattaler Gemeinden, über 10 Kantone, den Bund sowie rund 20 Universitäten und Hochschulen. Sie agieren als Sponsoren und teils auch als Aussteller. Dazu

haben wir die Gestaltung von Ruhezeiten oder Bushaltestellen bei Schulen und Lehrunternehmen ausgeschrieben. Damit wollen wir die Innovationskraft der Schweiz unterstützen und aufzeigen.

**Die Phänomena entspricht einer Art Bildungsauftrag?** Absolut. Die Schweiz mischt in vielen naturwissenschaftlichen und industriellen Bereichen in der Weltspitze mit, doch das ist vielen nicht bewusst. Die erste Phänomena machte vielen jungen Besuchern Lust, als Ingenieure oder Wissenschaftler aktiv zu werden. Das wollen wir auch dieses Mal erreichen.

**Wer ist die Zielgruppe der Phänomena?** Die Phänomena soll für Kinder, Jugendliche sowie Erwachsene spannend sein. Nebst Familien sind auch Schulen, Lehrlinge und Studenten im Fokus. Dazu soll die Phänomena auch über 2026 hinaus nachwirken.

**Wie stellen Sie das sicher?** Wir entwickeln eine App, in der Schweizer Nachhaltigkeits-Erfolgsgeschichten sichtbar gemacht werden. Wir arbeiten

mit 30 Schweizer Tourismusorganisationen. Die App wird zu Beginn der Ausstellung bereit sein und würde laut von uns durchgeführten Umfragen nach der Phänomena von 60 Prozent der Besucher weiter genutzt.

**Die Phänomena muss aber zuerst einmal stattfinden.** Wir wollten 2023 starten. Wir erkundigten uns nach einer Möglichkeit auf der Zürcher Allmend Brunau, wo mein Vater 1991 die Forschungsausstellung Heureka durchführte,

das Zürichhorn war von vornherein ausgeschlossen. Die Stadt lehnte aber ab, was im Nachhinein auch gut so war. In Dietikon ergab sich eine optimale neue Möglichkeit. Dann merkten wir aber, dass wir beim Umfang der Phänomena zu ambitioniert waren.

**Sie haben das Startdatum schon drei Mal verschoben...**

Wegen der Redimensionierung erfolgte eine Verschiebung ins Jahr 2024. Dann machte uns ein Autohändler im Niederfeld einen Strich durch die Rechnung. Weil dieser nicht wegziehen wollte, war das Gelände für eine Durchführung 2025 nicht fristgerecht verfügbar. Nun wird es eben 2026. Wir werden nicht mehr verschieben.

**Ist denn die Finanzierung sichergestellt?** Wir sind auf der Zielgeraden. Das Gesamtbudget für die Phänomena beträgt 62 Millionen Franken. 35 Millionen Franken sind Investmentkosten, die restlichen 27 Millionen sollen aus Ticketeinnahmen gedeckt werden. Von den 35 Millionen sind mittels Sponsoring und Zuwendungen von Gemeinden, Kantonen und Bund bereits 28 Millionen im Trockenen. Bis Ende Februar müssen wir die komplette Finanzierung sicherstellen, damit wir mit den Aufbauarbeiten beginnen können.

**Wo holen Sie die fehlenden Millionen her?** Wir sind in Kontakt mit weiteren Firmen und Institutionen. In der Erlebniswelt ist noch Platz, falls Firmen mit eigenen Ideen auftreten wollen. Wir setzen aber auch auf Gönner und Mäzene. Ich hoffe, es wird anerkannt, dass wir hier als Privatunternehmer etwas auf die Beine stellen, was der ganzen Schweiz zugutekommt. Wir rechnen mit einem Wirtschaftsimpuls von 500 Millionen Franken und Steuereinnahmen von 80 Millionen Franken als direkte Folge der Phänomena. Deshalb sind wir zuversichtlich.

## Persönlich

Urs Müller (63), der Generalleiter der Phänomena 2026, hat handwerkliches Geschick im Blut. Zunächst machte er eine Schreinerlehre, legte dann aber mit einem Medizinstudium nach und wurde Arzt. **Als selbst bezeichneter «Spitalsanierer» gründete er eine Firma für Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen**, die er an die Post verkaufte. Anschliessend arbeitete er als Interims-CEO am Spital Bülach ZH und beim Spitalverbund Appenzell-Ausserrhodod. Seit 2017 leitet er die Onaxis mit Sitz in Wollerau SZ, die «Grossveranstaltungen in Bildung, Sport und Gesundheitskompetenz» konzipiert und umsetzt. Seit 2022 ist er im Vollzeitpensum für die Phänomena aktiv, deren erste Durchführung sein Vater vor über 40 Jahren initiierte.

Wegen der Redimensionierung erfolgte eine Verschiebung ins Jahr 2024. Dann machte uns ein Autohändler im Niederfeld einen Strich durch die Rechnung. Weil dieser nicht wegziehen wollte, war das Gelände für eine Durchführung 2025 nicht fristgerecht verfügbar. Nun wird es eben 2026. Wir werden nicht mehr verschieben.

**Ist denn die Finanzierung sichergestellt?**

Wir sind auf der Zielgeraden. Das Gesamtbudget für die Phänomena beträgt 62 Millionen Franken. 35 Millionen Franken sind Investmentkosten, die restlichen 27 Millionen sollen aus Ticketeinnahmen gedeckt werden. Von den 35 Millionen sind mittels Sponsoring und Zuwendungen von Gemeinden, Kantonen und Bund bereits 28 Millionen im Trockenen. Bis Ende Februar müssen wir die komplette Finanzierung sicherstellen, damit wir mit den Aufbauarbeiten beginnen können.

**Wo holen Sie die fehlenden Millionen her?** Wir sind in Kontakt mit weiteren Firmen und Institutionen. In der Erlebniswelt ist noch Platz, falls Firmen mit eigenen Ideen auftreten wollen. Wir setzen aber auch auf Gönner und Mäzene. Ich hoffe, es wird anerkannt, dass wir hier als Privatunternehmer etwas auf die Beine stellen, was der ganzen Schweiz zugutekommt. Wir rechnen mit einem Wirtschaftsimpuls von 500 Millionen Franken und Steuereinnahmen von 80 Millionen Franken als direkte Folge der Phänomena. Deshalb sind wir zuversichtlich.

Die erste Phänomena lockte 1984 über 1,2 Millionen Besucher ans Zürichhorn.



**«Die Schweiz mischt in vielen Bereichen an der Weltspitze mit.»**

## Acht Plätze in den Beliebtheits-Top-Ten

# Bündner Hotels sind spitze

Die Holidaycheck Awards zeichnen Hotels für ihr Abschneiden in Gästebewertungen aus. Dabei hat eine Region die Nase deutlich vorn: Acht der zehn bestbewerteten Unterkünfte der Schweiz liegen im Kanton Graubünden. **Platz 1 holt sich das Hotel Schweizerhof in Lenzerheide.**

Das Haus, das über viereinhalb Sterne verfügt, überzeugt die Bewerter durch seine 1500 Quadratmeter grosse Wellness-

oase und seine vier Restaurants. In die Top Ten schaffen es zudem folgende weitere Bündner Betriebe: **Hotel Maistra 160 (Pontresina), Panorama Samnau, Waldhaus Sils, Parkhotel Margna (Sils), Hotel Belvedere (Scuol), Maiensässhotel Guarda Val (Lenzerheide) sowie das Schlosshotel Chastè (Tarasp).** Martin Vincenz, CEO von Graubünden Ferien, ist stolz über das Abschneiden seiner Region:

«Die Dominanz im Ranking der Top 10 zeigt die starke Innovationskraft und hohe Qualität unserer Hotelbetriebe mit all ihren Mitarbeitenden.»

**Immerhin: Die Plätze 2 und 9 im Ranking belegen Betriebe ausserhalb von Graubünden.** Zweitbeliebtestes Hotel der Schweiz ist die Maison Hornberg in Saanenmöser BE. Das Viersternehaus verfügt über eine Weiterempfehlungsrate

von 100 Prozent. Auf dem neunten Rang liegt das Beatus Wellness- & Spa-Hotel in Merligen BE, das unter anderem über einen hauseigenen Strand am Thunersee verfügt.

Auf Grundlage von über 837 700 geprüften Bewertungen hat Holidaycheck in diesem Jahr insgesamt 685 Hotels aus 35 Ländern mit einem Award ausgezeichnet – 25 davon in der Schweiz. JEAN-CLAUDE RAEMY



Schweizerhof in Lenzerheide GR: Kein Schweizer Hotel wird von Holidaycheck besser bewertet.