

# EXPODATA

BRAND-EXPERIENCE | MESSEN | EVENT | DESIGN

# 5'0

[www.expodata.com](http://www.expodata.com)

Expodata 5  
Auflage Deutschland, Österreich  
CHF 12

**Brand-Experience** \_Konsumgüter: Markenführung am Point of Sale  
**Messen** \_Logistik: Vielfältige Aufgaben eines Messespediteurs  
**Event** \_Xaver.08 – die Preisverleihung



# Was kann Messe- und Shopdesign von Ausstellungsdesign lernen?

Vordergründig betrachtet, haben Ausstellungen mit Messe- und Shopdesign vieles gemeinsam: Sie teilen das Ziel, Objekte begehrenswert erscheinen zu lassen oder «in ein gutes Licht» zu rücken.

**LENA KLEINHEINZ**

magma architecture,  
Ostermann & Kleinheinz, Berlin



Bei beiden kommen gestalterische Mittel zum Einsatz wie das bereits erwähnte Licht, aber auch Räume, Farben, Oberflächen, Materialien oder sogar Klänge und Gerüche. Gleiches Erscheinungsbild, aber unterschiedliche Motivation: Während bei Shops und Messen gewöhnlich ein kommerzielles Produkt oder eine Dienstleistung attraktiv erscheinen sollen, ist der Schwerpunkt vieler Ausstellungen kognitiver Natur: Hier geht es darum, durch Exponate das Interesse für ein Thema zu wecken oder bestimmte Informationen zu vermitteln. Während Messe und Shop das zu vermarktende Objekt ins Zentrum stellen und einen Kaufanreiz schaffen, fokussiert die Ausstellung mit Exponaten auf ein bestimmtes Thema. Sie sollte den Betrachter neugierig

machen, damit er sich die Mühe macht, einen Sinnzusammenhang zu erschliessen. Beide bedürfen der Aufmerksamkeit von Betrachtern.

## Das Mittel der Inszenierung

Inszenierung bedeutet, etwas Abwesendes, Abstraktes oder Unbewusstes präsent und spürbar zu machen bzw. konkret zu veranschaulichen. Inszenierung beinhaltet immer Interaktion: Interaktion auf der Szene oder Bühne, vom Besucher als Guckkasten wahrgenommen und/oder Interaktion der Besucher, Kunden oder Betrachter untereinander im Museum, im Shop oder auf einer Messe. In der Ausstellungsinszenierung geht es darum, Inhalte und Themen mit räumlichen Gestaltungsmitteln unterstützt zu vermitteln. Voraussetzung für eine gelungene, Kontext herstellende, räumliche Inszenierung ist die Selektion und Reduktion auf eine zu vermittelnde Kernaussage.

Zwei Raumgestaltungen von magma architecture zeigen, wie Kernaussagen in Szene

gesetzt werden können: Die Ausstellungen «Trial & Error» und «head in I im Kopf» thematisieren unterschiedliche Aspekte von Architektur. Die Ausstellung Trial & Error des Building Centre Trust in London von 2004 ermöglicht einen Einblick in die Welt des Entwurfens. Die Exponate, Arbeitsmodelle von Architekten, stammen aus Architekturbüros wie Studio Daniel Libeskind, Morphosis und Zaha Hadid. Sie dienen im Unterschied zu Präsentationsmodellen zur Formfindung im Entwurfsprozess. Sie werden aus billigen Materialien, meist Pappe oder Papier gebaut und im Laufe der Entwurfphase kontinuierlich verändert, gekürzt, zerkleinert und neu zusammengeklebt. Als solche formen, spiegeln und dokumentieren sie den architektonischen Entwurfsprozess.

Die von magma architecture gestaltete Ausstellungsinszenierung reflektiert den experimentellen, fragilen und vergänglichen Charakter von Arbeitsmodellen. Die geschlitzten, gegeneinander verschobenen, geknickten und gefalteten Wände lassen durch

Exponate aus billigen Materialien spiegeln und dokumentieren den architektonischen Entwurfsprozess.





Vor- und Rücksprünge Licht hindurch oder bilden Ablagen für die Modelle. Das Material Wabenpappe ist der Welt des Modellbaus entliehen und bildet in einem 1:1-Massstab umgesetzt ein begehbares Arbeitsmodell. magma architecture wirft hiermit die Frage nach der Grenze zwischen Modell und Gebäude, der Massstäblichkeit auf. Die auf diese Weise in Kontext gesetzten Exponate erscheinen ebenso fragwürdig wie die Arbeitsstadien der Arbeitsmodelle.

### Werkschau in der Berlinischen Galerie

Die eigenen Projekte der vergangenen Jahre präsentiert magma architecture 2006 in einer Werkschau in der Berlinischen Galerie, Landesmuseum für moderne Kunst, Fotografie und Architektur. Als interdisziplinäres Museum spricht die Berlinische Galerie ein breit gemischtes Publikum an. Mit der Ausstellung «head in I im Kopf» vermittelt das Büro magma architecture, dass es auf komplexe Raumgeometrien und Raumerlebnisse spezialisiert ist. Die lassen sich für Laien aber nicht in Modellen und Zeichnungen vermitteln. Deshalb spannt sich zusätzlich eine amorphe, orange-farbene Raumskulptur durch den 150 Quadratmeter grossen Sonderausstellungsraum. Die Skulptur besteht aus einem semitransparenten, dehnbaren Gewebe, das sich zwischen den vier Wänden und der Decke des Ausstellungsraumes aufspannt und gleichsam über dem Boden schwebt.

Die Besucher der Ausstellung können sich den Raum aktiv aneignen, indem sie unter die Hülle treten und mit dem Kopf durch Perforationen in den Raum eintauchen. Durch die Auflösung geometrischer, raumbegrenzender Linien entsteht ein tiefenloser, umhüllender Raumeindruck, der durch die akustisch dämmende Wirkung der textilen Haut verstärkt wird. Die Herstellung von sinnlich erfassbaren Raumformen und -nutzungen sowie der spielerische Umgang mit Programmen, Funktionen, Materialien und Geometrien als wesentliche Merkmale des stets auf die Situation hin experimentierenden Teams werden mit der Ausstellungsinszenierung vermittelt. Beide Ausstellungen zeigen durch die konsequente Reduktion auf eine räumlich vermittelte Kernaussage die Möglichkeiten, mit Räumen Kontexte zu schaffen, in denen Aufmerksamkeit entstehen kann. Mit Inszenierungen können auch Messe- und Shopdesign neu gedacht werden, um Aufmerksamkeit im Sinne einer konzentrierten Wachsamkeit zu erzielen. ●



Ausstellungsbesucher können sich den Raum aktiv aneignen.

