

# Kombination von Erlebnis und Info

Ausstellungen mit interaktiven Exponaten ziehen Aufmerksamkeit auf sich. Um die Entwicklung der Modelle bewirbt sich eine bunte Palette von Dienstleistern – von Architekten bis zu Multimedia-Spezialisten. **Von Uwe Förster**

Was haben ein „begehbare Darmmodell“ und ein „Tetraeder im Würfel“ gemeinsam? Beide können unangenehme Erinnerungen wecken. Während ersterer aber eher ein inszenierter Raum zum Anschauen ist, kann letzterer als interaktives Exponat zum Experimentieren anregen. Der Versuch, einen Tetraeder in einen Glaswürfel mit offener Oberseite einzupassen, gilt als Ausstellungsklassiker.

Von ihren Erlebnissen begeisterte Gäste sind die Daseinsberechtigung von Ausstellungen. Ob städtisches Museum oder Science Center, Sonderausstellung oder Roadshow – Besucher müssen her, um deren Existenz gegenüber den Geldgebern zu rechtfertigen. Die Glasvitrine mit ein paar zur Schau gestellten Objekten und erläuternden Kärtchen lockt jedoch kaum noch jemanden hinter dem Ofen hervor. „Die Anforderungen an moderne Ausstellungen seitens der Besucher hat sich spürbar geändert“, bestätigt Johannes Flad, Geschäftsführender Gesellschafter von Flad & Flad Communication. „Es geht nicht länger nur um eine qualifizierte Informationsvermittlung. Information und Abwechslung vom Alltag sind gefragt.“ Und Sebastian Peichl, Vorstand von Art+Com, ergänzt: „Es findet ein Wandel vom Push-zum Pull-Dialog statt, da die Menschen immer medienaffiner wer-

den.“ Wobei nicht alle Themengebiete in gleicher Weise nach neuen Formen der Zurschaustellung fahnden müssen. Stephan Spelling, Managing Director von Archimedes Solutions: „Insbesondere in der Kommunikation wissenschaftlicher, technischer oder auch umweltrelevanter Themen wächst der Bedarf, Zusammenhänge erlebbar zu machen, die wegen ihrer Dimension oder Komplexität sonst nur schwer sichtbar zu machen sind.“

## Telefone und Briefmarken

Dementsprechend sprießen allerorten die zunächst in den USA entwickelten Science Center aus dem Boden: das Universum Bremen (2000), die Phänomenta in Bremerhaven, Flensburg, Lüdenscheid und Peenemünde, phäno – Die Experimentierlandschaft in Wolfsburg (2005) und das Anfang April eröffnete Odysseum in Köln, um nur einige Beispiele zu nennen. „Info- oder Science Center bringen komplexe Themen mit einer Vielzahl interaktiver Modelle auf kurzweilige Art an den Besucher“, sagt Flad.

Der Erfolg interaktiver Exponate spiegelt sich nicht nur in den Besucherzahlen dieser namhaften Mitmachausstellungen wider, sondern auch in Kinderaugen, in die man etwa bei einem Besuch in Kindermuseen mit Learning-by-Doing-Konzept blicken kann. Die Bandbreite der Exponate ist

groß – von mechanischen Modellen bis zu interaktiven Multimedia-Anwendungen. Das Prinzip Interaktion funktioniert am besten im Rahmen von Technologieentwicklungen wie beispielsweise dem Telefon oder Morsegeräten, heißt es in einer Präsentation des Nürnberger Ausstellungsausstatters Hüttinger. Im Grunde aber lasse sich jedes Objekt in seinem prozessorientierten Hintergrund präsentieren. Hüttinger führt in diesem Zusammenhang als Beispiel das Kommunikationsmuseum in Macau an. Hier sei die Briefmarkensammlung der Macau Post dem Publikum mit Hilfe traditioneller Schiebeshränke oder einer multimediale Datenbank zugänglich gemacht worden. Darüber hinaus könnten die Besucher aber auch ihre eigenen Briefmarken manuell oder digital gestalten, ausdrucken und perforieren.

Die erlebbare Wissensvermittlung muss sich also nicht nur auf Inhalte und Gegenstände beziehen, die in ihrer Dimension oder Komplexität sonst nur schwierig begreifbar sind. Sie bietet sich bei physikalischen Fragestellungen allerdings an. Ein Beispiel ist das „LaserLab“, das Triad Berlin für den Lasermaschinenhersteller Trumpf entwickelt hat. Dieser Experimentierparcours soll Kindern und Erwachsenen zeigen, wo Laser im Alltag zum Einsatz kommen, worin sich Laserlicht von



## Faszination Laserlichtspiele:

Für das Unternehmen Trumpf entwickelte Triad Berlin den Experimentierparcours „Laser-Lab“ im IdeenPark Technik von Thyssen Krupp



Foto: Triad Berlin

normalem Licht unterscheidet und dass man mit Laser zentimeterdicke Bleche schneiden kann. Trumpf war mit dem „LaserLab“ in der Technik-Erlebniswelt IdeenPark 2008 vertreten, die von Thyssen Krupp veranstaltet wird. Die Agentur Triad in Berlin, die seit Anfang des Jahres 2007 über eine eigene Unit „Interaktive Exponate“ verfügt, hat bei diesem Projekt laut Unit-Leiterin Claudia Schleyer mit der bereits erwähnten Firma Hüttinger zusammengearbeitet.

So groß die Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten von interaktiven Exponaten, so groß ist auch

die Preisspanne. Inzwischen gibt es eine Reihe solcher Ausstellungsstücke von der Stange oder als Mietobjekte. Agenturen übernehmen Transport, Montage und Demontage, darüber hinaus auch die Instruktion des Betreuungspersonals. Für eigens in Auftrag gegebene Modelle variieren die Kosten zwischen 3.000 Euro und einer halben Million Euro. Derartig hohe Summen waren bislang vor allem Automobilhersteller durchaus bereit auszugeben. „Highlight-Exponate“ können sechsstelligen Beträge benötigen“, gibt Eike Dehning, Geschäftsführer der Hamburger mgp Erlebnis-

RaumDesign GmbH, zu. Im üblichen Rahmen würden sich Neuentwicklungen aber je nach Komplexität, Größenordnung und Medieneinsatz bei Kosten zwischen 5.000 und 35.000 Euro bewegen. Viele Leute seien überrascht zu hören, wie viel interaktive Exponate kosten können. Aber bei vielen „Hands-Ons“ (also Objekten, bei denen Berühren sogar erwünscht ist) handle es sich um einmalige Prototypen, die eine ganze Menge Entwicklungsarbeit, Expertise und nicht zuletzt Kreativität verlangen. „Dafür hat der Kunde dann ein unverwechselbares Produkt.“

Ein Beispiel für ein serienreifes Universalexponat, das mit individuellen Inhalten aufgeladen werden kann, ist der SessionDesk von Archimedes Solutions. Dabei handelt es sich um einen Tisch mit Multitouch-Technik: Die bewegungsempfindliche Oberfläche erlaubt es mehreren Nutzern gleichzeitig durch Gesten zu interagieren. Durch die Berührung der Oberfläche können Objekte ausgewählt und direkt manipuliert werden. So können Bilder skaliert, gedreht oder per Drag & Drop verschoben werden. Der SessionDesk kostet inklusive Basis-Softwarepaket 25.000 Euro.

#### Vier Wochen bis zwei Jahre

Mit interaktiven Exponaten wird mittlerweile immer häufiger gearbeitet. Schleyer berichtet von überraschend vielen kleineren Kunden aus der Industrie, die offener für das Thema geworden seien. In einem Fall sei ein Kunde mit einem sehr kleinen Budget angetreten und habe sich von Triad ein Exponat entwickeln lassen – Die Begeisterung sei anschließend so groß gewesen, dass das Unternehmen seine Schatulle gänzlich geöffnet habe.

Eine Faustregel für den zeitlichen Aufwand für die Realisierung interaktiver Exponate vom Konzept bis zur Fertigstellung gibt es nach Aussage von Flad nicht. „Ein schlichtes Modell kann – speziell durch unsere In-house-Komplett-Realisation – in drei oder vier Wochen erstellt werden; ein komplexes InfoZentrum hingegen kann schon mal ein, zwei Jahre Zeit erfordern.“ Peichl macht es an der Praxis deutlich: „Für Bombardier Transportation beispielsweise haben wir innerhalb von drei Monaten zwei berührungssensitive Tische für einen Messeauftritt auf der Innotrans gebaut, die Einblicke in die Technologien des Bahntechnikherstellers geben. Es gibt aber auch Projekte, an denen arbeiten wir über Jahre hinweg, wie zum Beispiel bei der jetzt in der Autostadt in Wolfsburg eröffneten ▶

► Ausstellung „Level Green – Die Idee der Nachhaltigkeit“: Art+Com hat dafür die Szenografie und Mediengestaltung der interaktiven Erlebniswelt rund um Umwelt, Energie und Mobilität übernommen.“

Dem Wunsch nach mehr interaktiven Elementen kommen immer mehr Aussteller nach. Auftraggeber für interaktive Exponate sind im Allgemeinen öffentliche Einrichtungen wie Hochschulen, Stiftungen, der Bund und Kommunen, aber auch privatwirtschaftliche Unternehmen, insbesondere selbst forschende, be- und entstehende Science Center, Agenturen und Beratungsunternehmen. Der Ausstellungszug „Expedition Zukunft“, der als Teil des „Wissenschaftsjahres 2009 – Forschungsexpedition Deutschland“ seit April durch die Lande tourt, und die interaktiven Exponate wurden beispielsweise von der Max Planck Gesellschaft beauftragt. Die Wanderausstellung „Computer.Sport“, die die Bedeutung computerbasierter Hochtechnologie für den heutigen Sport zeigt, wird vom Heinz-Nixdorf MuseumsForum veranstaltet und ist noch bis zum 5. Juli in Paderborn zu sehen.

**Große Konkurrenz**

Die Nachfrager treffen auf eine weniger übersichtliche Zahl von Anbietern dieser Dienstleistung, als zunächst zu vermuten ist. „Im deutschsprachigen Raum gibt es ein, zwei Dutzend größere Büros, die sich im Wesentlichen mit interaktiven Ausstellungen beschäftigen“, sagt Dehning. „Dabei haben die Büros sehr unterschiedliche Schwerpunkte: Mal kommen sie eher aus der Architektur, der Innenarchitektur oder aus dem Bereich Multimedia.“ Einige Anbieter hätten sich zudem auf einzelne Themenfelder oder Kundenkreise spezialisiert. Zudem gibt es Einzelkämpfer sowie Dienstleister, die das Gros ihrer Umsätze anderweitig generieren.

Vor allem bei öffentlichen Ausschreibungen, so Dehnings Er-



Foto: phäno / Mathias Leitzke

fahrung, würden sich aber erheblich mehr Firmen bewerben. „Die Konkurrenz besteht dann auch aus Architekturbüros, Firmen aus dem Betrieb von Ausstellungshäusern oder produzierenden Firmen.“ Vor kurzem hätten sich bei einer Ausschreibung bis zu 100 Büros in Teilnahmewettbewerben beworben.

Ob Ausstellungen erfolgreich sind, misst sich an der Zahl der Besucher, an ihrer Zufriedenheit mit den offerierten „Erlebnissen“ und ihrer Aufenthaltsdauer, am Geschäftsergebnis des Ausstellers, aber auch am Medienecho. Laut Flad wirken Modellkonzepte über drei Ebenen. Es müsse ei-

nen Anreiz geben, das Objekt zu nutzen (Fernwirkung); das Modell müsse von jedem Besucher problemlos zu nutzen sein (intuitive Nutzung); das Modell müsse eine zentrale Botschaft klar vermitteln können (Lernerfolg). Eine Evaluation dieser Variablen gestaltet sich bei einigen Exponaten nicht so einfach und wird durch die Festlegung qualitativer Ziele erleichtert. Flad: „Der gezielte Einsatz interaktiver Modelle ist im Didaktik-Konzept festzulegen. Dort entscheidet sich bereits die spätere Akzeptanz und somit der Erfolg in der Vermittlung der Botschaften. Dies bedarf hoher Expertise.“

**Phänomen Schwingungen:** *Im phäno in Wolfsburg lässt es sich gemeinsam experimentieren*

**Im Text genannte Spezialisten für interaktive Exponate**

**Archimedes Solutions GmbH**  
 Saarbrücker Str. 24  
 D-10405 Berlin  
 www.archimedes-solutions.com  
 Tel.: ++49.30.2000577-10  
 Fax: ++49.30.2000577-20

**Flad & Flad Communication**  
 Thomas-Flad-Weg 1  
 D-90562 Heroldsberg  
 www.flad.de  
 Tel.: ++49.9126.275-0  
 Fax: ++49.9126.275-275  
 E-Mail: welcome@flad.de

**mgp ErlebnisRaum Design GmbH**  
 Luruper Chaussee 125  
 D-22761 Hamburg  
 www.missallgiespartner.de  
 Tel.: ++49.40.8906675-0  
 Fax: ++49.40.8906675-29  
 E-Mail: post@missallgiespartner.de

**ART+COMAG**  
 Kleiststr. 23-26  
 D-10787 Berlin  
 www.artcom.de  
 Tel.: ++49.30.21001-0  
 Fax: ++49.30.21001-555  
 E-Mail: info@artcom.de

**Kurt Hüttinger GmbH & Co. KG**  
 Mittelbühlweg 90  
 D-90571 Schwaig bei Nürnberg  
 www.huettinger.de  
 Tel.: ++49.911.99533-0  
 Fax: ++49.911.99533-99  
 E-Mail: info@huettinger.de

**Triad Berlin Projektgesellschaft**  
 Marburger Str. 3  
 D-10789 Berlin  
 www.triad.de  
 Tel.: ++49.30.236078-0  
 Fax: ++49.30.236078-381  
 E-Mail: info@triad.de