

Pressemitteilung

26. Juli 2013

Nachlese: 3. Nürnberger Designsalon

»Raum verändert Mensch. Mensch verändert Raum.«

Ein Thema, drei Referenten, zwei mal drei inspirierende Vorträge, intensive Diskussionen, vielfältige Meinungen, mehr als 120 begeisterte Gäste: Der 3. Nürnberger Designsalon eröffnet zahlreiche Dimensionen und neue Perspektiven und lädt zur spielerischen Entdeckung realer sowie virtueller Räume.

Der Einladung von PHOCUS BRAND CONTACT sind Agenturkunden, Kulturschaffende und Kreative genauso gefolgt wie interessierte Nürnberger und Freunde der Agentur, um mitzudenken, mitzudiskutieren – und mitzuspielen. Der Nürnberger Designsalon erfährt seine dritte, gelungene Fortsetzung.

»Von der Gefängniszelle bis zum Schloss. Was machen Räume mit uns – was machen wir mit Räumen?« Unter diesen Titel stellt Monika Müller-Rieger ihren Vortrag zu Gedächtnisräumen. Ihre drei Thesen: Raum hat eine allgemein zu wenig wahrgenommene, unterschätzte Dimension. Das Museum hat den Ausstellungsraum als Mittel zur Kommunikation der Ausstellungsthemen sehr spät und zum Teil noch gar nicht entdeckt, was in seiner Geschichte begründet liegt. Die Ausstellung ist ein kulturelles Format, das Anregungen aus der bildenden, der darstellenden Kunst, aus Installationen, Filmen und den neuen Medien bezieht; Ausstellungen inspirieren Museen. Ihren Vortrag beendet die Ausstellungsgestalterin mit folgendem Resümee: Gedächtnisräume sind thematische Ausstellungen, Museen, Gedenkstätten, Dokumentationszentren und künstlerische Installationen. Ausstellungen zu machen bedeutet Images zu kreieren, zu kommunizieren und für ein eindrucksvolles Erlebnis zu sorgen.

Prof. Dr. Thomas Friedrich hinterfragt »Das Ende des Privatraums?«

Zwei scheinbar widersprüchliche Thesen trägt der Designwissenschaftler vor. Erstens: Der Raum des Privaten existiert nicht mehr. Verfassungen sicherten den Privatraum. Die Forderung nach umfassender Transparenz und die neuen Medien führten zur Abschaffung des Privatraums. Zweitens: Wir erleben den Terror des Privaten. Friedrich zeigt auf, dass beide Thesen dialektisch zusammenhängen. Eine Exkursion in Friedrichs Vortrag beschäftigt sich mit den Rückschlüssen dieser Erkenntnisse für das Kommunikationsdesign. Die Frage sei nicht, ob in einem Design- bzw. Kreativprozess etwas Neues entsteht, sondern: Was kommuniziert? Was kommuniziert nicht? Hier entspannt sich eine lebhaftige Diskussion.

»Reality is Windowed« lautet der Titel des Vortrags von Michael Straeubig.

Seine Thesen: Der Mensch verändert den Raum; erst durch unsere Wahrnehmung und Beobachtung der Umgebung konstruieren wir Räume überhaupt. Umgekehrt verändert der Raum den Menschen, weil wir die Möglichkeiten, die uns Räume bieten, zum kreativen Umgang mit ihnen nutzen. Ausgehend von der Metapher des Fensters führt der Gamedesigner sein Publikum durch virtuelle, augmentierte, physische und spielerische Räume. Auf spielerische Weise vermittelt er auch das Konzept der »Augmented Reality«: Science Fiction in Nürnberg – die Agenturräume werden zum Weltraum, in denen Astronauten und Außerirdische anzutreffen sind. Und darüber hinaus viele illustre Gestalten, die allesamt dem New Yorker Studio 54 entsprungen zu sein scheinen. Die Veränderung der Wahrnehmung von Raum und Mensch wird so unmittelbar erlebbar.

»Raum verändert Mensch. Mensch verändert Raum.« Beim abschließenden Get-together mit Barbecue auf der schönsten Dachterrasse der Stadt mit Blick auf den Wöhrder See wurden die Gespräche und Diskussionen leidenschaftlich bis in die späte Nacht weitergeführt.

(3.520 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Bildunterschriften

// PBC_NDS_2013_1:

3. Nürnberger Designsalon am 26. Juli 2013: »Raum verändert Mensch. Mensch verändert Raum.«

// PBC_NDS_2013_2:

Podiumsdiskussion: Dr. Silke Claus, Geschäftsführerin der bayern design GmbH (Moderation), Monika Müller-Rieger, Prof. Dr. Thomas Friedrich, Michael Straeubig (v.l.n.r.)

// PBC_NDS_2013_3: Prof. Dr. Thomas Friedrich während seines Vortrags über »Das Ende des Privatraums?«

// PBC_NDS_2013_4:

Referenten und Moderatorin: Michael Straeubig, Monika Müller-Rieger, Dr. Silke Claus (Geschäftsführerin der bayern design GmbH), Prof. Dr. Thomas Friedrich

Die Agentur

PHOCUS BRAND CONTACT, Agentur für Begegnungskommunikation mit Sitz in Nürnberg und Berlin. Gegründet 1998, realisiert sie mit einem 44-köpfigen Kreativteam Projekte für Kunden wie die Daimler AG, Telefónica O2 Germany, Bosch Rexroth AG sowie die Siemens AG. Dabei ist es die Zielsetzung der Geschäftsführerinnen Anja Osswald und Susanne Krebs, durch innovative Kommunikationsformate die Beziehung zwischen Mensch und Marke im Sinne einer erfolgreichen Markenkommunikation aufzubauen und nachhaltig zu prägen.

Pressekontakt

Diana Staack-Tettling

Fon: +49 911 9334 216

E-Mail: dstaacktettling@phocus-brand.de

www.phocus-brand.de

