

STUTTGARTER ZEITUNG

Reinecke New Media, Stuttgart, Tel.: 0711 / 50 53 14 01

22 | Freitag, 10. August 2007



Eine Wasserwelt aus dem Stuttgarter Westen

Agentur Totems erhält Zuschlag für Expo-Pavillon 2008

Eine Stuttgarter Agentur gestaltet den deutschen Pavillon auf der Expo 2008 in Saragossa. Mit ihrem Entwurf, der eine 140 Meter lange Floßfahrt beinhaltet, hat sich Totems gegen die Konkurrenz durchgesetzt, darunter drei weitere Agenturen aus Stuttgart.

Von Viola Volland

Was macht man, wenn man 25 Minuten Zeit hat, um eine Jury vom eigenen Entwurf zu überzeugen, aber eigentlich 43 Minuten braucht? Man spricht im günstigsten Fall 24,50 Minuten und erhält den Zuschlag. „Erst beim dritten Durchlauf hat es mit der Zeit geklappt, das war glücklicherweise der Durchlauf vor dem Auswahlkomitee“, berichtet der Leiter der Stuttgarter Agentur Totems Communication & Architectur, Florian Gerlach, von dem Tag, an dem sein Team einen wichtigen Auftrag an Land gezogen hat: Totems wird den deutschen Pavillon auf der Weltausstellung 2008 in Saragossa gestalten.

Die Agentur, die mit dem Stuttgarter Medieningenieur Bernd Reinecke kooperiert, hat sich gegen neun Mitstreiter durchgesetzt, darunter drei weitere Agenturen aus der Landeshauptstadt. So belegten Milla & Partner den dritten Platz in dem Wettbewerb. „Stuttgart ist ein verkanntes Mekka der Messeagenturen“, sagt Florian Gerlach. Die von ihm mitbegründete Agentur hat im Jahr 2004 bereits den holländischen Pavillon der Weltausstellung in Japan entworfen.

Im Liegen durch Höhlen treiben

Das Thema der Expo vom 14. Juni bis 14. September 2008 lautet „Wasser und nachhaltige Entwicklung“. Entsprechend wird sich auch im deutschen Pavillon alles ums Wasser drehen und natürlich um das deutsche Knowhow auf diesem Gebiet. Zentrales Element in dem Entwurf von Totems und Reinecke New Media ist der Wasserkreislauf. Auf einer Floßfahrt können die Besucher diesen sogar abfahren. Knapp zehn Minuten gleiten sie übers Wasser durch virtuelle Welten: Sie treiben im Liegen durch die unterirdischen Höhlen des Grundwassers, durch ein Labyrinth von Leitungen zu Privathaushalten und zurück in die Abwasserkanäle. Sie lernen während der Fahrt natürliche Filtersysteme und Verfahren zur Abwasserreinigung kennen. Die Fahrt endet in der Kölner Bucht des Rheins. „Deutschland hat es geschafft, dass die Flüsse wieder sauber sind und im Rhein

heute 60 Fischarten leben, das ist eine tolle Geschichte, die wir auch erzählen wollen“ sagt Bernd Reinecke.

Im zweiten Teil des 1200 Quadratmeter großen Pavillons sollen die Besucher selbst aktiv werden. Sie können Wasserpumpen bedienen, die kein Wasser spenden, sondern Kurzfilme zeigen. Es gibt Mikroskope zum Untersuchen von Wasserproben und welche, die Videoaufnahmen abspielen. „Unser Ziel ist es, einen riesigen wissenschaftlichen Spielplatz zu schaffen“, beschreibt Bernd Reinecke den Ansatz. So genannte Soundduschen sollen aufgestellt werden, unter die sich die Besucher setzen können, ohne nass zu werden: statt Wasser kommen Worte aus den Düsen. Unter anderem wird das deutsche Umweltrecht erläutert.

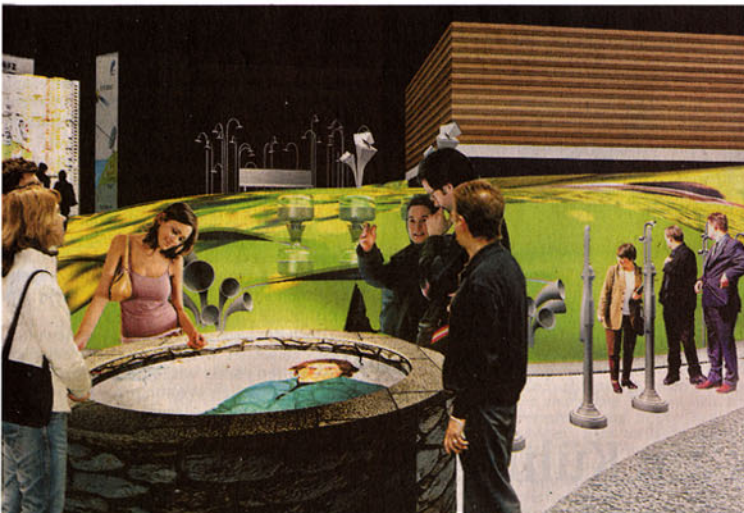
480 Mineralwasser in einer Bar

„Man muss eine Balance zwischen dem Digitalen und dem Analogen wahren, der Besucher will auch etwas Echtes zum Anfassen haben, nicht nur Animationen sehen“, sagt Florian Gerlach. Dazu passt, dass die Besucher in einer Bar alle in Deutschland erhältlichen Mineralwassersorten vorfinden – das sind immerhin mehr als 480.

„Wir wollen vor allem, dass die Menschen in dem Pavillon Spaß haben“, betont Bernd Reinecke, der schon das Design für einen Themenpark auf der Expo 2000 konzipiert hat. Die Weltausstellung sei schließlich keine Industrieschau, sondern solle unterhalten. „Das Thema muss man natürlich trotzdem ernst nehmen, das ist ein Spagat“, meint der 47-Jährige. Ein Spagat, der Totems und Reinecke Media offensichtlich gelungen ist.

„Der Gesamteindruck des Konzepts war am besten“, sagt der Sprecher des Deutschen Pavillons, Frank Bumann. Nicht nur die Idee mit dem Wasserkreislauf habe die Jury überzeugt, sondern auch die Machbarkeit des Konzepts, das auch den Rückbau mit eingeschlossen hat. Sechs Millionen Euro stehen Totems für die Umsetzung zur Verfügung. Zwölf Mitarbeiter von Totems in Stuttgart und fünf Angestellte von Bernd Reinecke werden sich darum kümmern, den Entwurf zu verwirklichen. Die Agentur übernimmt die architektonische Gestaltung und die Exponate, Bernd Reineckes Team ist für die Medien, also für die Inhalte, zuständig.

Die Abstimmung untereinander ist unkompliziert, die Beteiligten trennen nur wenige Schritte. Totems und Reinecke Media teilen sich nicht nur die Arbeit, sondern auch die Büroräume im Stuttgarter Westen.



Szenen einer virtuellen Reise für Expo-Besucher, das Bild oben zeigt Mineralquellen. Fotos Totems