

---

# Szenografie

---

Das Kompendium  
zur vernetzten  
Gestaltungsdisziplin

---

Petra Kiedaisch  
Sabine Marinescu  
Janina Poesch

# Inhalt

## PRÄLUDIUM

- S. 4      **Szenografie ist ...**  
Ein Weitblick von Dr. Petra Kiedaisch,  
avedition
- S. 6      **Szenografie ist ...**  
Ein Einblick von Sabine Marinescu  
und Janina Poesch, PLOT

**STATEMENT 01/30**  
Aurel Aebi, Armand Louis  
und Patrick Reymond,  
atelier oi

## PROLOG

- S. 18     **Szenografie ist ...**  
Ein Rückblick von Janina Poesch, PLOT
- S. 30     **Szenografie ist ...**  
Ein Überblick von Pablo Dornhege  
und Janina Poesch, PLOT
- S. 34     **100 Inszenierungen**

**STATEMENT 02/30**  
Prof. Dr. Ruedi Baur,  
Intégral Ruedi Baur

**STATEMENT 03/30**  
Sven Sören Beyer,  
phase7 performing.arts

**STATEMENT 04/30**  
Prof. Uwe R. Brückner,  
ATELIER BRÜCKNER

## SZENARIUM

### Entwurfsplanung - Vorsprung durch Kreativität

- S. 46     **Inspiration und Ideenfindung:  
Die Kreativität - Ergebnis von  
Methodik oder Kultur?**  
Michael Ostertag, SCHMIDHUBER
- S. 52     **Modelle in der Ausstellungs-  
gestaltung: Denkwerkzeuge und  
Präsentationshilfen**  
Tabea Schmid, Folkwang Universität  
der Künste | HfG Schwäbisch Gmünd

### Kuration und Dramaturgie - Schnittstellen zwischen räumlichen, theoretischen und visuellen Inhalten

- S. 58     **Kuratorische Praxis und drama-  
turgische Theorie: Die Kunst,  
Bedeutung zu kreieren**  
Cordelia Oppliger, Kuration

**STATEMENT 05/30**  
Prof. Lutz Engelke,  
TRIAD Berlin

**Exponate - von den Dingen  
zur Ordnung**

- S. 68 **Ausstellungsstücke:  
Aura, Atmosphäre, Erkenntnis**  
Dr. Pablo v. Frankenberg,  
Curating Consulting
- S. 76 **Welche Bedeutung hat das  
Exponat für Sie?**  
Dr. Pablo v. Frankenberg,  
Curating Consulting
- S. 77 **Welche Aufgaben sollte ein  
Exponat erfüllen?**  
Dr. Angelika Nollert, Die Neue  
Sammlung - The Design Museum
- S. 78 **Wann wähle ich ein analoges  
Interaktivexponat für die  
Vermittlung von Inhalten?**  
Benjamin Scherkus und  
Jörg Scherrmann, id3d-berlin
- S. 79 **Wann ist es sinnvoll, digitale  
Exponate zum Einsatz zu bringen?**  
Prof. Jens Döring, 2av
- S. 80 **Wie lassen sich Inhalte in ein  
kinetisches Exponat übersetzen?**  
Christopher Bauder, WHITEvoid
- S. 81 **Auf was muss geachtet werden,  
wenn es gar keine Exponate  
gibt und sie speziell erstellt  
werden müssen?**  
Markus Block, kubix

**Präsentationsmöbel -  
korrespondierende Objekte**

- S. 82 **Träger und Exponat:  
Eine wechselseitige Beziehung  
im Raum**  
Sabine Marinescu, PLOT

- |        |  |  |
|--------|--|--|
| S. 98  | <p><b><u>Lichtplanung – mehr als Sichtbarkeit</u></b></p> <p><b>Ästhetisierende Lichtgestaltung:<br/>Die Kunst der Komposition von Licht,<br/>Raum und Inhalt</b></p> <p>Carla Wilkins, Lichtvision Design</p> | <p><b>STATEMENT 07/30</b><br/>Raphael Höglhammer,<br/>EMYL</p>                                       |
|        | <p><b><u>Visuelle Kommunikation – Mittler<br/>zwischen Exponat und Besucher</u></b></p>  |  |
| S. 112 | <p><b>Besuchersinformation in Ausstellungen:<br/>Eine Hassliebe</b></p> <p>Aurelia Bertron, Bertron Schwarz Frey</p>   | <p><b>STATEMENT 08/30</b><br/>Prof. Barbara Holzer,<br/>Holzer Kobler Architekturen</p>              |
|        | <p><b><u>Event Mediale Erlebnis-<br/>räume – erweiterte Möglichkeiten<br/>der Narration</u></b></p>  |  |
| S. 126 | <p><b>Mediale Vermittlung:<br/>Die Semiotik von technischen Medien<br/>und Botschaften</b></p> <p>Prof. Ursula Drees, Hochschule der Medien</p>  | <p><b>STATEMENT 09/30</b><br/>Andreas Horbelt,<br/>facts and fiction</p>                             |
| S. 136 | <p><b>Aktion<sup>II</sup> – Interaktion – Reaktion:<br/>Schritte zum unvergesslichen<br/>Besuchererlebnis</b></p> <p>Charlotte Tamschick,<br/>TAMSCHICK MEDIA+SPACE</p>  | <p><b>STATEMENT 10/30</b><br/>Prof. Thomas Hundt,<br/>jangled nerves</p>                             |
| S. 146 | <p><b>Aktion – Interaktion<sup>II</sup> – Reaktion:<br/>Schritte zum unvergesslichen<br/>Besuchererlebnis</b></p> <p>Valentin Spiess, iart</p>   | <p><b>STATEMENT 11/30</b><br/>Julia Ihls,<br/>Staatliche Hochschule für<br/>Gestaltung Karlsruhe</p> |
| S. 154 | <p><b>Aktion – Interaktion – Reaktion<sup>II</sup>:<br/>Schritte zum unvergesslichen<br/>Besuchererlebnis</b></p> <p>Prof. Joachim Sauter, ART+COM</p>   | <p><b>STATEMENT 12/30</b><br/>Alicja Jelen und<br/>Clemens Müller,<br/>please don't touch</p>        |
|        | <p><b><u>Sound, Geruch, Geschmack –<br/>die Macht der Sinne</u></b></p>  |  |
| S. 162 | <p><b>Akustische Szenografie: Sound als<br/>unsichtbare Dimension</b></p> <p>Ramon De Marco, idee und klang</p>  | <p><b>STATEMENT 13/30</b><br/>Michael Keller,<br/>BLACKSPACE</p>                                     |
|        |  | <p><b>STATEMENT 14/30</b><br/>Sven Klomp,<br/>Sven Klomp Szenografie</p>                             |

- S. 172 **Olfaktorische Szenografie:  
Duft als erinnerungsstiftende Dimension**  
Elke Kies, MAGIC BOX Duftregie
- STATEMENT 15 / 30  
Prof. Kerstin Laube,  
Techn. Universität Berlin
- S. 180 **Gustatorische Szenografie: Geschmack  
als zu verinnerlichende Dimension**  
Jörg Sellerbeck, Raumkulinarik.  
Labor für angewandte Alltagsliebe.
- STATEMENT 16 / 30  
Florian Machner und  
David Roth, prjkr.
- Besucherverhalten – die wechselseitige  
Beziehung von Raum und Handeln**
- S. 192 **Ausstellungen verhandeln:  
Ortsspezifische Eigenlogiken aus  
Besuchersicht verstehen**  
Dr. Luise Reitsstätter, Universität Wien
- STATEMENT 17 / 30  
Prof. Dr. HG Merz,  
mm +
- S. 204 **Strategie macht Gefühl macht  
Umsatz: Sensorische Raumgestaltung  
und der Einfluss auf das Kunden-  
verhalten im Handel**  
Silvia Talmon, The Store Designers®
- STATEMENT 18 / 30  
Dr. Christian Mikunda,  
CommEnt Mikunda-Schulz
- Inklusion – die Möglichkeit zur  
besseren Rezeption**
- S. 212 **Barrierefreiheit in der Szenografie:  
Qualitätssteigerung für alle**  
Frank Steinert, Franke | Steinert
- STATEMENT 19 / 30  
Johannes Milla,  
Milla & Partner
- Sicherheit im Museum – ein weites  
Feld an Gefahrenpotenzialen**
- S. 220 **Schadensverhütung: Optimaler  
Schutz dank schlüssiger Sicherungs-  
konzepte**  
Dr. Astrid Pellengahr, Landesmuseum  
Württemberg
- STATEMENT 20 / 30  
Johann Moser,  
BWM Architekten
- STATEMENT 21 / 30  
Prof. Uwe Münzing,  
büro münzing
- Zeit- und Projektplanung – Steuerung,  
Koordination und Kontrolle**
- S. 238 **Controlling: Die Bedeutung von  
professionellem Projektmanagement**  
Gesa von Grote, IGLHAUT + von GROTE
- STATEMENT 22 / 30  
Dr. Ruth Prangen,  
atelier-4D
- STATEMENT 23 / 30  
Hans Dieter Schaal,  
Architekt

**Kosten- und Honorarplanung –  
die leidige Suche nach der  
richtigen Zahl**

- S. 246 **Kalkulieren von Ausstellungen:  
Die DIN 276 als Kostenregelwerk**  
Prof. Christine Kappei,  
Hochschule für Technik Stuttgart
- S. 254 **Kalkulieren von Honoraren: Die HOAS  
als neues Vergütungsregelwerk**  
Dr. Stefan Kleßmann,  
Management | Beratung | Coaching
- Dokumentation – die Überset-  
zung dreidimensionaler Inhalte  
in Text und Bild**
- S. 262 **Szenografie in den Medien: Temporäre  
Projekte, festgehalten für die Ewigkeit**  
Janina Poesch, PLOT
- S. 267 **Wie lassen sich die Herausforde-  
rungen einer fundierten Dokumentation  
meistern? Worauf ist (auch intern)  
zu achten?**  
Guido Mamczur, D'art Design Gruppe
- S. 268 **Auf was muss bei der fotografi-  
schen Inszenierung von fertiggestell-  
ten Projekten geachtet werden?  
Wie gelingt das perfekte Foto?**  
Daniel Stauch, Daniel Stauch Photography
- S. 269 **Worauf kommt es an, wenn ein  
Projekt filmisch dokumentiert wird?  
Wo liegen die Herausforderungen  
und wo die Chancen?**  
Claudius Brodmann, xailabs
- S. 270 **Wie lässt sich Aufmerksamkeit  
gewinnen? Und wie können die sozialen  
Netzwerke dafür optimal genutzt werden?**  
Claudia Luxbacher, ATELIER BRÜCKNER
- STATEMENT 24 / 30**  
Jörg Schmidtsiefen,  
ARCHIMEDES Exhibitions
- STATEMENT 25 / 30**  
Matthias Schnegg,  
Groenlandbasel
- STATEMENT 26 / 30**  
Prof. Dr. Pamela C. Scorzin,  
Fachhochschule Dortmund
- STATEMENT 27 / 30**  
Otto Jolias Steiner,  
Steiner Sarnen Schweiz

- S. 273 **Auf was ist bei der PR-Arbeit zu achten? Wie lässt sich über ein Projekt eine spannende Geschichte erzählen?**  
Constanze Frowein, Text & PR
- S. 274 **Wie lassen sich neue Konzepte und Arbeiten in die Medien bringen? Auf was legen Journalisten Wert?**  
Janina Poesch, PLOT
- S. 275 **Was wollen wir in der Presse über szenografische Projekte lesen? Was beinhaltet eine differenzierte Berichterstattung?**  
Gina Moser, Gina Moser Ausstellungsdesign

## EPILOG

- S. 278 **Szenografie ist ...**  
Weiter|denken!
- S. 279 **25 Websites, 25 Magazine, 75 Bücher, 100 Studiengänge, 25 Institutionen, 50 Wettbewerbe, 25 Verbände, 25 Messen, 50 Veranstaltungen**

**STATEMENT 28 / 30**  
Timothy Ventimiglia,  
Ralph Appelbaum  
Associates

**STATEMENT 29 / 30**  
Stefan Weil,  
Atelier Markgraph

## APPENDIX

- S. 302 **Herausgeber und Gestalter**
- S. 304 **Autoren**
- S. 310 **Credits, Bildnachweise und Fußnoten**

## POSTLUDIUM

- S. 318 **Szenografie ist ...**  
Ein Ausblick von Jean-Louis Vidière Ésèpe
- S. 324 **Impressum**

**STATEMENT 30 / 30**  
Sabine Marinescu und  
Janina Poesch, PLOT