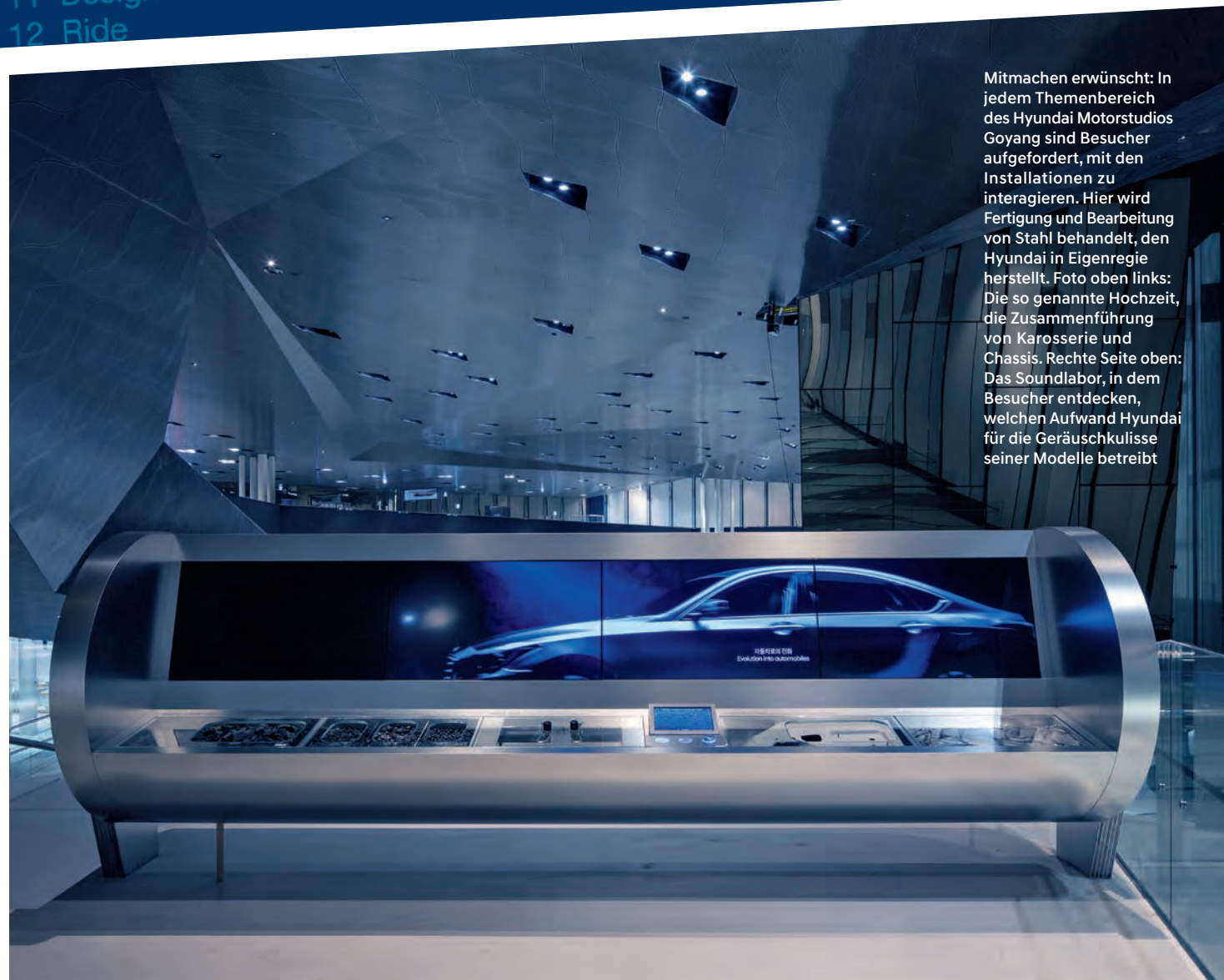




Ausflug ins Auto

TEXT_Lukas Brauch
 PORTRÄTFOTO_Angelika Emmerling

Das in diesem Jahr eröffnete Hyundai Motorstudio im koreanischen Goyang ist die größte Erlebnisswelt des fernöstlichen Landes zum Thema Automobil und bereits jetzt vielfach mit Preisen ausgezeichnet. Zahlreiche eigens entwickelte und interaktive Elemente ermöglichen es, **die Entstehung eines Wagens auf ganz neue Weise mitzuerleben und mitzugestalten.** Erdacht, konzipiert und verwirklicht haben die ungewöhnliche Entdeckungsreise zu Design, Entwicklung und Produktion die Szenografen aus dem Atelier Brückner in Stuttgart.



Mitmachen erwünscht: In jedem Themenbereich des Hyundai Motorstudios Goyang sind Besucher aufgefordert, mit den Installationen zu interagieren. Hier wird Fertigung und Bearbeitung von Stahl behandelt, den Hyundai in Eigenregie herstellt. Foto oben links: Die so genannte Hochzeit, die Zusammenführung von Karosserie und Chassis. Rechte Seite oben: Das Soundlabor, in dem Besucher entdecken, welchen Aufwand Hyundai für die Geräuschkulisse seiner Modelle betreibt



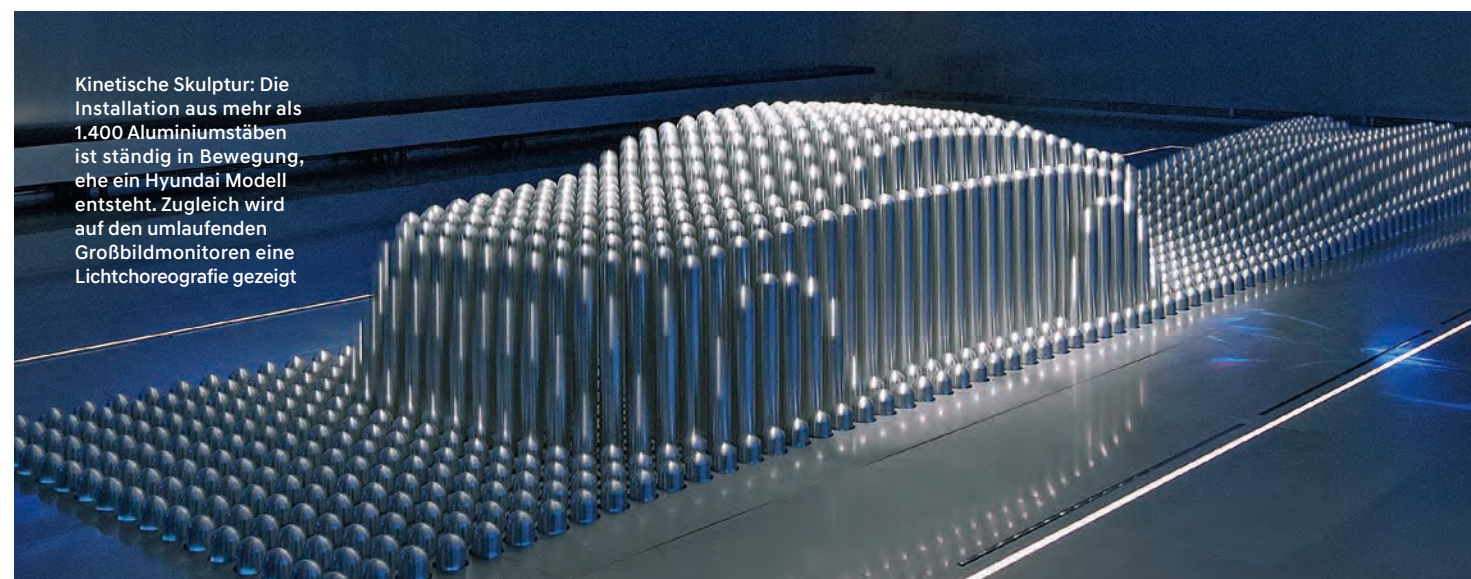
Ein ehemaliges Fabrikgelände am Rande der Innenstadt von Stuttgart. Im früheren Verwaltungsgebäude sind inzwischen zahlreiche Firmen untergebracht. Das Atelier Brückner belegt mit seinen rund 100 Mitarbeitern den zweiten Stock. Lange Flure, die sternförmig vom Eingang abgehen; unzählige Schreibtische in Reihen gruppiert, getrennt nur durch deckenhohe Regale; davor aufgehängt Pläne von Ausstellungen und Museen in der ganzen Welt, in Ägypten, China, den USA. Eher eine praktisch-funktionale als kreativ-verspielte Atmosphäre. Und dennoch: Hier in der baden-württembergischen Landeshauptstadt werden bedeutsame Sammlungen und auch Unternehmen und Institutionen in aller Welt in Szene gesetzt – etwa das Parlamentarium in Brüssel, Besucherzentrum des Europäischen Parlaments, die Ausstellung Archäologie Schweiz im Nationalmuseum Zürich, das Schiffahrtsmuseum in Amsterdam.

Seit diesem Jahr zählt auch das Hyundai Motorstudio in Goyang, einer Millionenstadt rund 25 Kilometer nordwestlich von Seoul, zu den Referenzen des Teams aus Architekten, Innenarchitekten und Designern, das 1997 mit der Titanic-Ausstellung in Hamburg erstmals auf sich aufmerksam machte.

Überzeugender Ansatz: Hyundai ändert Pläne für Brückner-Ideen

„Wir nehmen den Besucher in Goyang mit auf eine interaktive Entdeckungsreise“, fasst Eberhard Schlag den Inhalt der ungewöhnlichen Erlebniswelt zusammen. Der 50-Jährige, Professor für Architektur und Design an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Design in Konstanz, ist nicht nur einer der vier Partner des Ateliers Brückner. Als Projektdirektor kümmert er sich um Konzeption und technische Realisierung aller Projekte der

Stuttgarter Denkschmiede und hat auch die Verantwortung für die Inszenierung in Goyang. Ursprünglich von Hyundai lediglich als repräsentativer Schauraum geplant, ist das fünfte Motorstudio des Unternehmens tatsächlich das Flaggschiff der markeneigenen Ausstellungen geworden. „Wir hatten uns eigentlich an einem Wettbewerb für ein anderes Projekt von Hyundai beteiligt“, blickt Schlag zurück. „Aber die Art und Weise, wie wir die Marke präsentieren wollten, dass wir nicht nur vordergründig auf das Auto, sondern ganz emotional auf Mobilität insgesamt setzten, überzeugte so sehr, dass Hyundai seine Pläne änderte und uns den Auftrag für die Realisierung gab.“ So entstand nicht nur der landesweit größte automobiler Themenpark, sondern eine Ausstellung, die bereits zahlreiche international renommierte Preise einheimen konnte.



Kinetische Skulptur: Die Installation aus mehr als 1.400 Aluminiumstäben ist ständig in Bewegung, ehe ein Hyundai Modell entsteht. Zugleich wird auf den umlaufenden Großbildmonitoren eine Lichtchoreografie gezeigt

Zwar gibt es in dem futuristischen, neunstöckigen Bau nach Entwürfen des österreichischen Architekturbüros Delugan Meissl eine große Neuwagenausstellung, in drei Untergeschossen ein hochmodernes Servicecenter für Wartung und Reparatur, dazu ein Café, ein Restaurant, einen Shop. Doch das Herz des Gebäudes ist die vom Atelier Brückner konzipierte und in rund vier Jahren realisierte Ausstellung. „Hyundai ist eine aufstrebende, noch junge Automarke ohne lange Geschichte, aber extrem dynamisch“, urteilt Eberhard Schlag über das Unternehmen, und ergänzt: „Hyundai hat außerdem Kraft und Qualität von Design erkannt. Autos sind keine Produkte mehr, die man nur kauft, weil sie technisch überzeugend sind.“

Umgekehrte Inszenierung: Design setzt den emotionalen Schlusspunkt

Auf einem komplexen Parcours, der über mehrere Ebenen durch nahezu das gesamte Gebäude führt und zahlreiche multimediale Instrumente nutzt, entdecken Besucher die Entstehung eines Autos daher nicht chronologisch, sondern vom fertigen Produkt her. „Wir beginnen mit der Fertigung, dann folgt die Entwicklung. Erst zum Schluss kommen wir zum Design – dem eigentlichen Ausgangspunkt im Automobilbau, der in Goyang aber zum emotionalen Finale wird“, beschreibt Schlag. Im Mittelpunkt dabei: Eine kinetische Skulptur aus 1.411 Aluminium-

stäben, die kontinuierlich in Bewegung sind und schließlich die Form eines Hyundai Modells bilden. Gezeigt wird so die Designphilosophie des Unternehmens, Design aus der Bewegung zu schaffen. Hyundai nennt dies Fluidic Sculpture. „Man erlebt Kraft, Präzision und Dynamik, das ist sehr beeindruckend“, sagt Schlag. Wie bei allen übrigen Installationen wird auch die Inszenierung des Designs von multimedialen Elementen ergänzt, hier durch Wandmonitore, auf denen eine vierminütige Lichtchoreografie gezeigt wird. Entstanden ist die kinetische Skulptur aus dem Gedanken, dass Design ein ganz wichtiges Unterscheidungskriterium gegenüber anderen Marken geworden ist. „Dafür brauchten wir etwas ganz Besonderes“, blickt Schlag zurück.

Neue Wege schlugen die Ausstellungsmacher vom Atelier Brückner auch bei den Themen Entwicklung und Fertigung ein. Protagonisten des Produktionsprozesses sind Roboter, mit denen die Besucher kommunizieren können. „Die Maschinen machen das, was ich als Besucher möchte“, sagt Schlag. Zum Beispiel werden verschiedene Blechteile geformt, an einer weiteren Station zusammengeschweißt und schließlich in der Wunschfarbe lackiert. Alle 30 Minuten unterbrechen die Roboter ihre Arbeit. Dann wird Musik eingespielt, und die Automaten beginnen zu tanzen. „Die Zuschauer schmunzeln, wenn sie das sehen“, berichtet Schlag. „Die Roboter wirken dann nicht mehr wie kalte Maschinen, die kalte Produkte herstellen.“

Ein unerwarteter Moment. In unserer medien-gesättigten Gesellschaft gibt es ja nur noch selten etwas, das uns überrascht.“

Cleverer Interaktion: Auf Tuchfühlung mit Technik, Sicherheit und Wind

Aus diesem Grund hat sich das Atelier Brückner auch für den Bereich der Fahrzeugentwicklung etwas Besonderes ausgedacht. Ein virtueller Crashtest etwa ermöglicht es, einen Aufprall quasi live mitzuerleben. Das Thema Aerodynamik behandelt ein kleiner Windkanal, der zeigt, wie Luft um ein Fahrzeug herumwirbelt. Besucher können dort Fahrzeugmodelle aktueller und früherer Baureihen zur Windkanalprüfung auswählen. So werden die Fortschritte dieser Disziplin aufgezeigt. Und selbst die Motorentechnik wird auf ungewöhnliche Weise dargestellt: Hintereinander aufgereihete Displays zeigen ein Triebwerk und einzelne Komponenten im Querschnitt und wie sie funktionieren – wer zwischen den transparenten Scheiben hindurchgeht, hat gleichsam das Gefühl, sich durch einen Motor zu bewegen.

Es gibt also in Goyang viel zu entdecken – über Autos, über Hyundai, darüber, wie das Unternehmen seine Produkte gestaltet, entwickelt und fertigt, und vor allem: Warum. Projektdirektor Eberhard Schlag vom Atelier Brückner: „Es gibt bei Hyundai keine aufgesetzte Premiumattitüde, sondern den Willen, sich an den Bedürfnissen der Kunden zu orientieren und einen Mehrwert zu bieten. Das zu zeigen, war unser Ziel.“