

«Die Raumwelten sind ein weiteres Highlight»

Interview **Redaktion Swissbau**
Bild **Markus Bertschi**

Die Neugier der Besucher ist ein zentraler Schlüsselfaktor für den Erfolg einer Messe. Keiner weiss das besser als Martin Heller. Der gebürtige Basler verfügt im Kultur- und Ausstellungsbereich über einen einzigartigen Erfahrungsschatz. Im Interview erklärt er, was das neue Ausstellungskonzept Raumwelten für ihn bedeutet und wie er diesem an der Swissbau 2016 Leben einhauchen will.



Martin Heller möchte den Messe-Besucherinnen und Besuchern Orientierungshilfe und Überraschungen bieten.

«Applica»: Herr Heller, Sie haben das Konzept Raumwelten entwickelt. Was bedeutet der Begriff für Sie, und was bezwecken Sie damit?

Martin Heller: Der Begriff Raumwelten liefert eine konzeptuelle Klammer für die unterschiedlichen Anbieter in der Halle 2.0 der Swissbau. Ihnen allen geht es um Raum, vor allem um Innenraum. Deshalb wollen wir diesen Raum konkret verändern. Ziel ist, die strenge Geometrie der Halle mit den langen, geraden Gängen aufzubrechen, das typische Messebild zu verändern und urbaner zu interpretieren.

Was bieten die Raumwelten noch?

Wir bieten neu auch Ruheazonen an, um den Raum zu geniessen, etwas zu essen, sich zu erholen oder Gespräche zu führen. Bei deren Gestaltung und Materialisierung können sich die Aussteller beteiligen. Mit kleinen experimentellen Objekten an Boden, Wand und Decke – sogenannten Teasern – verfügen sie über eine weitere Gelegenheit, sich ausserhalb des Messestandes in Szene zu setzen.

Was bezwecken Sie mit diesen experimentellen Objekten?

Wir sehen diese Teaser als kleine Fingerübungen, die wie Willkommensgrüsse für positive Ablenkung der Besucherinnen und Besucher sorgen. Sie verteilen sich idealerweise über die ganze Halle und legen einen eigenen Pfad durch die Raumwelten.

Schaffen Sie nicht eine Konkurrenz zu den klassischen Messeständen, wenn Sie mit den Teasern eine neue Spur durch die Halle legen?

Im Gegenteil: Wir sehen sie als bereichernde Ergänzung. Sie punktieren den Raum wie kleine bunte Smarties und verlocken die Besucher, auch die entfernteste Ecke der Halle noch aufzusuchen. Darin sehe ich einen deutlichen Vorteil für die Aussteller. Die Teaser sind von firmeneigenen Designteams oder vielleicht auch von beauftragten Künstlern geschaffen. Zwar sprechen wir bei den Teasern bewusst nicht von Kunst, aber wir formulierten Anforderungen, um ein gewisses Qualitätsniveau zu garantieren. Wir wünschen uns, dass aus solch kuratorischer Begleitung ein weites Feld von unterschiedlichen Gestaltungsansätzen entsteht.

Welchen Mehrwert erzielen Messe, Besucher und Aussteller mit den Raumwelten?

Für die Messe können die Raumwelten ein weiteres Highlight werden – sie geben der Halle 2.0 eine neue Identität. Den Ausstellern bieten sie ein Experimentierfeld, auf dem sie mit überschaubarem Aufwand und Risiko neue Erfahrungen machen können. Entstehen soll eine neuartige, chancenreiche Präsentation, die beim interessierten Fachpublikum mehr Beachtung findet. Die Besucher wiederum erhalten eine Orientierungshilfe und etliche Überraschungen für ihren Messebesuch. ■