

# 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

## 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**

## 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

**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, zav
- 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

**Lichtplanung – mehr als Sichtbarkeit**

- S. 98 **Ästhetisierende Lichtgestaltung:  
Die Kunst der Komposition von Licht,  
Raum und Inhalt**  
Carla Wilkins, Lichtvision Design

**Visuelle Kommunikation – Mittler  
zwischen Exponat und Besucher**

- S. 112 **Besuchereinformatio n in Ausstellungen:  
Eine Hassliebe**  
Aurelia Bertron, Bertron Schwarz Frey

**Event Mediale Erlebnis-  
räume – erweiterte Möglichkeiten  
der Narration**

- S. 126 **Mediale Vermittlung:  
Die Semiotik von technischen Medien  
und Botschaften**  
Prof. Ursula Drees, Hochschule der Medien

- S. 136 **Aktion<sup>[1]</sup> – Interaktion – Reaktion:  
Schritte zum unvergesslichen  
Besuchererlebnis**  
Charlotte Tamschick,  
TAMSCHICK MEDIA+SPACE

- S. 146 **Aktion – Interaktion<sup>[1]</sup> – Reaktion:  
Schritte zum unvergesslichen  
Besuchererlebnis**  
Valentin Spiess, iart

- S. 154 **Aktion – Interaktion – Reaktion<sup>[1]</sup>:  
Schritte zum unvergesslichen  
Besuchererlebnis**  
Prof. Joachim Sauter, ART+COM

**Sound, Geruch, Geschmack –  
die Macht der Sinne**

- S. 162 **Akustische Szenografie: Sound als  
unsichtbare Dimension**  
Ramon De Marco, idee und klang

- S. 172 **Olfaktorische Szenografie:  
Duft als erinnerungstiftende Dimension**  
Elke Kies, MAGIC BOX Duftregie
- S. 180 **Gustatorische Szenografie: Geschmack  
als zu verinnerlichende Dimension**  
Jörg Sellerbeck, Raumkulinarik.  
Labor für angewandte Alltagsliebe.
- Besucherverhalten – die wechselseitige  
Beziehung von Raum und Handeln**
- S. 192 **Ausstellungen verhandeln:  
Ortsspezifische Eigenlogiken aus  
Besuchersicht verstehen**  
Dr. Luise Reitstätter, Universität Wien
- S. 204 **Strategie macht Gefühl macht  
Umsatz: Sensorische Raumgestaltung  
und der Einfluss auf das Kunden-  
verhalten im Handel**  
Silvia Talmon, The Store Designers®
- Inklusion – die Möglichkeit zur  
besseren Rezeption**
- S. 212 **Barrierefreiheit in der Szenografie:  
Qualitätssteigerung für alle**  
Frank Steinert, Franke | Steinert
- Sicherheit im Museum – ein weites  
Feld an Gefahrenpotenzialen**
- S. 220 **Schadensverhütung: Optimaler  
Schutz dank schlüssiger Sicherungs-  
konzepte**  
Dr. Astrid Pellengahr, Landesmuseum  
Württemberg
- Zeit- und Projektplanung – Steuerung,  
Koordination und Kontrolle**
- S. 238 **Controlling: Die Bedeutung von  
professionellem Projektmanagement**  
Gesa von Grote, IGLHAUT + von GROTE

**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

- 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**

#### **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**