





Experimentelle Ausstellungstation zur Visualisierung von Dämpfen mittels Schwarzlicht und von aufsteigenden Fett-Wrassen mittels fluoreszierenden Einfärbungen; Die Benutzer haben zudem die Möglichkeit, die Luft- und Dampfströme mit Handventilatoren zu beeinflussen und die Eigenschaften der Bora-Absaugung transparent nachzuvollziehen. Dem Studierendenteam ging es an dieser Station um Spaß und Kommunikation sowie um niederschwelliges Experimentieren. Daniel Düsentrieb lebt!
(Studierende Johannes Catalán Ziegler und Valérie Engelhardt)



Download Projektdokumentation (PDF):



Bora »Brand Experience«

Für erfolgreiche Unternehmen auf dem Markt ist es heute wichtig, ihre Kunden nicht nur mit guten Argumenten, Qualität und Preis zu überzeugen. Wichtig ist es, den Kunden die Marke und ihre Produkte oder Services »erlebbar« zu machen. Der Intellekt und die Logik des Kunden müssen zwar angesprochen werden, aber in der Verknüpfung mit positiven und sinnlichen Erlebnissen. Das Resultat ist Erfahrung. Der Kunde muss nichts mehr glauben, er hat es erlebt und gesehen. Auch aus der Pädagogik wissen wir, dass simples, theoretisches Lernen von Inhalten wenig bringt. Erst, wenn diese Inhalte mit praktischem Erleben verknüpft werden, entsteht ein stabiles Bezugssystem aus Wissen (Logik) und Erfahrung (Sinne), das erfolgreich mit den individuellen Lebensgeschichten der Lernenden verbunden werden kann. Erfahrungen erweisen sich als lange wirksam.

Dies erklärt, warum erfolgreiche Marken heute *Super Stores* eröffnen, die nicht mehr dem Verkauf dienen, sondern der Vermittlung von »Brand Experience«, »Product Experience« und »Service Experience«. Gerade in den Zeiten des Internethandels müssen erfolgreiche Marken immer wieder dafür sorgen, dass die Kunden (die sowieso im Internet kaufen) in der realen Welt ein Verständnis für die Ausrichtung und Werte der jeweiligen Marke erfahren.

Die in Raubling südlich von Rosenheim angesiedelte Bora Lüftungstechnik GmbH ist ein innovatives und erfolgreiches Unternehmen, das Küchengeräte herstellt und vertreibt. Die verhältnismäßig junge Firma, die 2007 gegründet wurde, ist dynamisch gewachsen und beschäftigt heute etwa 500 Mitarbeiter. Das Kerngeschäft sind sogenannte »Kochfeldabzugssysteme«, also Luftabzugsanlagen in der Küche, die die Luft gleich in der Höhe der Arbeits- oder Kochfläche absaugen. Bora ist stolz auf die Effizienz seiner Systeme, die die von herkömmlichen Dunstabzugshauben deutlich übersteigt. Das Produktportfolio wird aktuell deutlich ausgeweitet und beinhaltet auch schon komplette Kochfelder, Beleuchtungssysteme für die Küche und in der nächsten Zukunft Backöfen. Bora tritt gern in den Dialog mit seinen Kunden.

Die ProjektteilnehmerInnen setzten sich aus einer Gruppe des Bachelorstudiengangs »Innenarchitektur« aus dem 7. Semester im Fach »Möbeldesign« zusammen. Betreut wurde das Projekt von Prof. Kilian Stauss (Fakultät IAD) und Prof. Thorsten Ober (Fakultät HTB).

Aufgabe der Gruppe war es, im Dialog mit MitarbeiterInnen der Firma Bora Visionen zu konzipieren und zu gestalten, wie die Ziele »Bora Brand Experience« und »Bora Product Experience« umgesetzt werden können. Dabei wurde an erster Stelle von einer räumlichen, innenarchitektonischen Gesamtlösung ausgegangen, die Teil einer Ausstellung, eines Shops oder einer Produktpräsentation werden kann. Zudem wurden aber auch Möblierungs- und Ausstattungselemente produktthaft entwickelt, die helfen, Inhalte und Werte der Firma erfahrbar zu machen. Viele dieser Inszenierungen wurden medial begleitet (Großphotos, Graphik, Bewegtbild, digitale Interaktion und Virtual Reality).

Das Gesamtkonzept mit dem Titel »Hall of Steam« wurde der Geschäftsführung von Bora sowohl in digitaler Form mit einem räumlichen Gesamtkonzept und der Abfolge der Ausstellungsstationen präsentiert, als auch mit Prototypen im Maßstab 1:1 sowie kleinmaßstäblichen Modellen der jeweiligen Ausstellungsstationen.

Geschaffen wurde eine Erlebniswelt, die die Phänomenologie des Dampfes in vielen Aspekten sinnlich, spielerisch und interaktiv vermittelt. Das Unternehmen Bora wird damit zum Herrscher über den Dampf.

Die Abschlußpräsentation in den Räumen von Bora vor wichtigen Mitgliedern der Geschäftsführung, der Entwicklung und des Marketing war ein voller Erfolg und eine wichtige Erfahrung für die Studierenden.



ProjektteilnehmerInnen:
 Liska Bittel
 Johannes Catalán Ziegler
 Felix Dieckerhoff
 Korbinian Eberwein
 Valérie Engelhardt
 Moritz Fuchs
 Nadine Fellmoser
 Antonia Hiller
 Eva Holzhauser
 Marina Läßiger
 Rebecca Schleuter
 Lena Schuster
 Hannah Stanzel
 Hannes Weißenmayer



Betreuende Professoren:
 Prof. Kilian Stauss
 (Fakultät IAD)
 Prof. Thorsten Ober
 (Fakultät HTB)

**Betreuung seitens der
 Bora Lüftungstechnik
 GmbH:**
 Willi Bruckbauer
 Kai Windmann

