

# *mit allen sinnen*

EIN MULTISENSORISCHES AUSSTELLUNGSKONZEPT

MASTER-ABSCHLUSSARBEIT

# *thema*

DESIGN FÜR ALLE SINNE

# die fünf sinne

Die fünf Sinne, sehen, hören, fühlen, schmecken und riechen, sind ganz elementar für die Wahrnehmung unserer Umwelt. Sie sind unsere Schnittstelle zur Außenwelt und unser Mittel zur Kommunikation.

## **DIE FÜNF SINNE IM DESIGNKONTEXT**

Als Kommunikationsdesignerin muss ich mich ständig fragen: "Wie bereite ich Informationen auf, damit sie vom Betrachter schnell und einfach wahrgenommen werden?". Es ist für mich

und alle Designer deshalb wichtig zu wissen, wie Wahrnehmung funktioniert und was sie in uns auslösen kann, um anschließend Rückschlüsse für meine Gestaltungen ziehen zu können.

## **MULTISENSUALITÄT UND SUPERADDITIVITÄT**

Design spricht dabei meist nur den visuellen Kanal an. Wir nehmen die Welt aber immer mit allen Sinnen gleichzeitig, also multisensual wahr. Zudem findet bei gleichzeitiger Reizung mehrerer Sinneskanäle eine neuronale Verstärkung statt.

Sinneseindrücke können dadurch bis zu 10x intensiver wahrgenommen werden. Dieses Phänomen nennt sich Superadditivität. Ich habe mich deshalb gefragt: "Warum nicht auch die anderen Sinneskanäle im Design bewusst nutzen?" Auch die Grafiken auf der nächsten Seite zeigen, dass der visuelle Kanal zwar am wichtigsten erscheint, die anderen Sinne aber durchaus nicht zu vernachlässigen sind. So wurde das Thema "**Design für alle Sinne**" zum Leitthema meines gesamten Masterstudiums.



Prozentuale Verteilung der Sinneswahrnehmungen, Quelle: Steiner, Sensory Branding, 2011.

Wichtigkeit der Sinne bei Kaufentscheidungen, Quelle: Steiner, Sensory Branding, 2011.



# umgang mit dem thema

Im Laufe des Masterstudiums habe ich mich mit verschiedenen Schwerpunkten der Thematik auseinandergesetzt, darunter: Reizaufnahme und -verarbeitung, Aufmerksamkeit, Assoziation und Wirkung, Gestaltprinzipien und der philosophischen Frage, ob unsere Wahrnehmung nur ein Konstrukt unseres Gehirns ist. Hierzu sind mehrere wissenschaftliche Arbeiten entstanden. Außerdem anwendungsbezogene Projekte, wie mit dem Thema Design für alle Sinne umgegangen werden kann.



# *mit allen sinnen*

EIN MULTISENSORISCHES AUSSTELLUNGSKONZEPT

# *konzeption einer ausstellung*

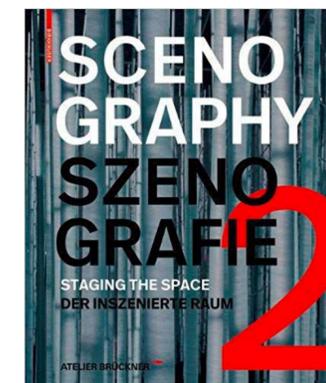
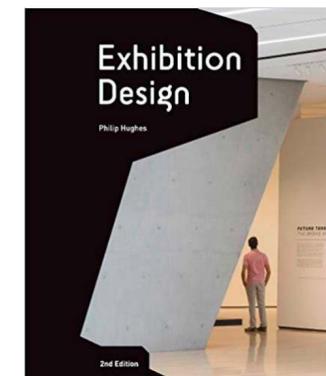
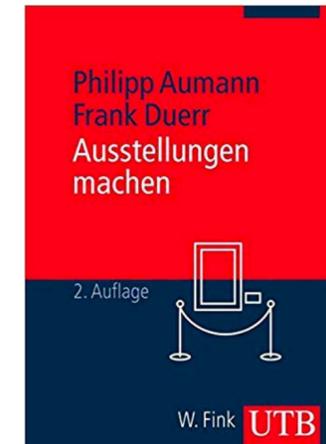
Als abschließendes und zusammenfassendes Abschlussprojekt habe ich mich für die Konzeption einer Ausstellung entschieden. Durch die intensive Rechercharbeit der vorangegangenen Semester war bereits einiges an Inhalten für eine potenzielle Ausstellung vorhanden. Zudem bestand durch das Projekt Sinfografik bereits Infografik-Material, das sich sehr gut einbinden lässt. Das Thema bietet zudem einen sehr hohen gestalterischen und auch inhaltlichen Spielraum für die Konzeption und Gestaltung einer Ausstellung. Meiner fehlenden Erfahrung auf dem Gebiet

des Exhibition Designs habe ich durch eine vorangestellte intensive Recherche zu Themen der Besucherforschung und der Ausstellungskonzeption entgegengewirkt.

Unter dem Titel "Mit allen Sinnen – ein multisensorisches Ausstellungskonzept" entstand so eine interaktive und partizipative Ausstellung im fiktiven Museum für Kommunikation in Trier. Meine Gedanken, Herleitungen und Schwierigkeiten bei der Konzeption und der Gestaltung des Projekts möchte ich auf den folgenden Seiten erläutern.



Lektüre zum Thema  
Ausstellung



# *konzeption*

EINER MULTISENSUALEN AUSSTELLUNG

# *herausforderungen und schwierigkeiten*

Trotz der intensiven Recherche brachte das Projekt für mich auch einige Herausforderungen und Schwierigkeiten mit sich. So war es für mich zunächst einmal sehr schwierig das abstrakte Thema der Wahrnehmung greifbar zu machen und in der Gestaltung allen fünf Sinnen gerecht zu werden. Zudem handelt es sich um eine sehr interdisziplinäre Aufgabenstellung. So würde das Projekt in einer realen Umsetzung aus einem Team aus Psychologen für die Inhalte und Leitthemen, aus Architekten und Innenarchitekten für die Raumplanung und sowie aus Kommunikationsdesignern

für die typografische Gestaltung und Konzeption eines Erscheinungsbildes sowie Umsetzung der Werbemaßnahmen bestehen. Für meine Abschlussarbeit musste ich alle diese Aufgabengebiete selbst abdecken.

Besonders schwierig war dabei für mich die Raumplanung und Visualisierung der Ausstellungsräume ohne Beherrschen eines 3D-Programms. So musste ich mich neben der inhaltlichen und gestalterischen Konzeption auch noch in ein neues Programm (Cinema 4D) einarbeiten. Doch ohne diese Herausforderungen und Schwie-

rigkeiten hätte ich bei diesem Projekt sicherlich nur halb so viel gelernt. Das Ergebnis und wie die Probleme gelöst habe, findet sich auf den nächsten Seiten.

# *inhalte und ziele*

Die Konzeption der Ausstellung begann zunächst einmal mit der Zielsetzung der Ausstellung. Dazu wurden die Ziele, Inhalte und Leitfragen definiert und auf die Zielgruppe zugeschnitten.

## **ZIELE DER AUSSTELLUNG**

Ziel der Ausstellung ist es, den Besucher mitzunehmen auf eine Reise zu den Sinnen. Das Unbewusste der Wahrnehmung soll bewusst gemacht und der Besucher auf diese Weise für die Wahrnehmung sensibilisiert werden.

## **ZIELGRUPPE**

Die Ausstellung ist natürlich für ein heterogenes Publikum und jede Altersgruppe gedacht. Durch ihre interaktive Art der Vermittlung ist sie jedoch eher auf die Ansprache eines jungen Publikums (20-40) zugeschnitten. Zudem hat ein Besucher der Ausstellung sehr wahrscheinlich Interesse an den Themen Wahrnehmung, Psychologie und Kommunikation. Ich stelle mir das Ganze beispielsweise als Sonderausstellung in einem Museum für Kommunikation vor.

## **INHALTE UND LEITFRAGEN**

1. Das Entdecken der fünf Sinne mit der Leitfrage: Was können wir überhaupt wahrnehmen?
2. Das Thema Reizverarbeitung und -vermittlung mit der Leitfrage: Wie funktionieren unsere Wahrnehmungsprozesse?
3. Das Thema Multisensualität mit der Leitfrage: Wie funktioniert das Zusammenspiel der Sinneskanäle?

# *art der vermittlung*

## **MULTISENSUAL UND PARTIZIPATIV**

Die Vermittlung der Ausstellungsinhalte erfolgt über die Ansprache der fünf Sinne und nutzt somit die schon vorgestellte neuronale Verstärkung der Superadditivität. Die Inhalte sollen dem Besucher somit intensiver und wirkungsvoller in Erinnerung bleiben.

Zudem wird der Besucher durch interaktive Stationen zum Mitmachen und Erleben aktiv eingebunden. So wird die Aufmerksamkeitsspanne hochgehalten und eine Museumsmüdigkeit ver-

hindert. Außerdem soll die Ausstellung die Kommunikation zwischen den Besuchern anregen. So sollen neue Denkanstöße gesetzt werden und das Gelernte im Dialog mit anderen Besuchern reflektiert werden.

# titel der ausstellung

Nach reichlichem Überlegen und vielen Ideen für einen Namen der Ausstellung, fiel die Wahl auf *sinn<sup>5</sup>* – eine Ausstellung über unsere Wahrnehmung.

Der Titel ist kurz, leicht zu merken und gibt direkten Aufschluss über den Inhalt der Ausstellung.

Die Zahl "5" leitet sich zum einen von der Anzahl unserer Sinnesorgane ab, spielt zum anderen aber auch mit der Tatsache, dass sich gleichzeitige Sinneindrücke gegenseitig bestärken und multiplizieren.

## *sinn<sup>5</sup>*

EINE AUSSTELLUNG ÜBER  
UNSERE **WAHRNEHMUNG**

Verworfenen Titelvorschläge

MIT ALLEN  
*SINNEN*

*sinnvoll*

**SINNREICH**

*sensualitas*

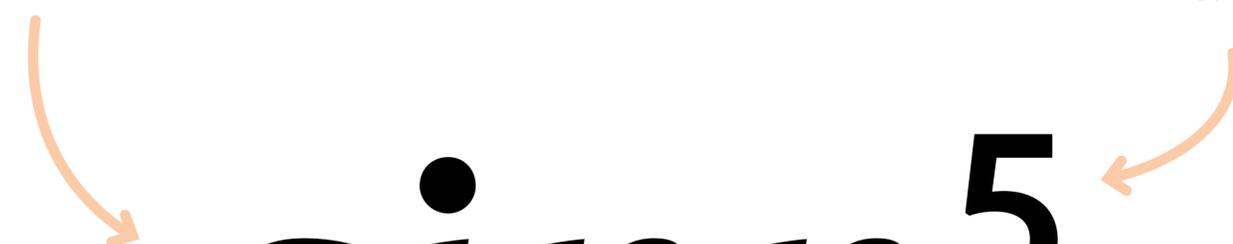
**SENSORIKUM**

# *gestaltung*

DER AUSSTELLUNG

GELLER

NOAH



*sinn*<sup>5</sup>



EINE AUSSTELLUNG ÜBER  
UNSERE WAHRNEHMUNG

NOAH

**LOGOTYPE**

Das Logotype ist bewusst schlicht gehalten und ist in der Serifenschrift Geller im Schnitt Bold Italic und der Noah in den Schnitten Bold und Heavy gesetzt.

**GELLER**

*sinnlichkeit  
schmuckschrift  
hervorhebungen*

Die Monotype PT Mono wird für zusätzliche Ergänzungen oder Aufgabenstellungen eingesetzt.

**NOAH – SACHLICH UND GUT LESBAR  
FÜR FLIESSTEXTE UND ÜBERSCHRIFTEN**

Die Fließtexte sind kurz gehalten und ebenfalls wie die Überschriften in der gut lesbaren Sans Serif Noah im Schriftschnitt Text Medium gesetzt. Die Texte befinden sich in schmalen Kolumnen von 0,65m Breite und beginnen stets auf einer Höhe von 1,80m. Erreicht der Text aufgrund seiner Länge

die Mindesthöhe von 1,00m, wird er in einer nebenstehenden Spalte fortgesetzt. Die Serifenschrift Geller wird einerseits für die Logotypegestaltung der Ausstellung verwendet und zum anderen für Hervorhebungen und als Schmuckschrift eingesetzt.

# leitmotiv

## ABSTRAKTE TEXTUREN

Die Wahrnehmung ist ein sehr weitfassendes Thema, das jeder Mensch anders begreift und interpretiert. Eine authentische Darstellung und das Transportieren von Sinnlichkeit gestaltete sich deshalb als besonders schwierig. Auch allen fünf Sinnen visuell gerecht zu werden, stellte sich als nicht besonders einfach heraus. Die Lösung fand sich in der Arbeit mit Texturen als visuelles Leitmotiv.

## RASTEREFFEKT

Das Ausgangsbildmaterial wurde durch einen Rastereffekt weiter verfremdet und aneinander angepasst. Die Rasterung lässt außerdem darauf schließen, dass auch in Wahrnehmungsprozessen ein Ganzes erst durch seine vielen Einzelteile entsteht. Durch die fließenden Formen strahlt es Leichtigkeit und Sinnlichkeit aus, transportiert aber auch die Komplexität und das Facettenreichtum der Thematik.



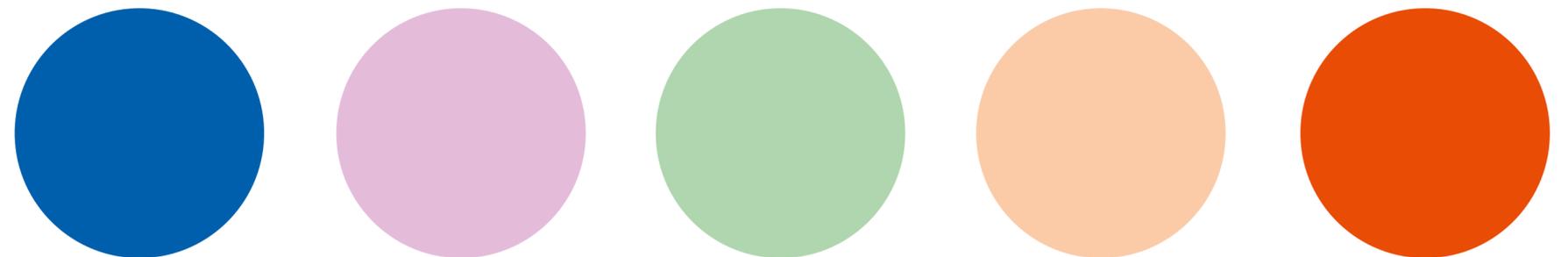
Ausgangsbild

Schritt 1:  
RasternSchritt 2:  
Einfärben

# farbigkeit

## LEITMOTIVE UND FARBIGKEIT

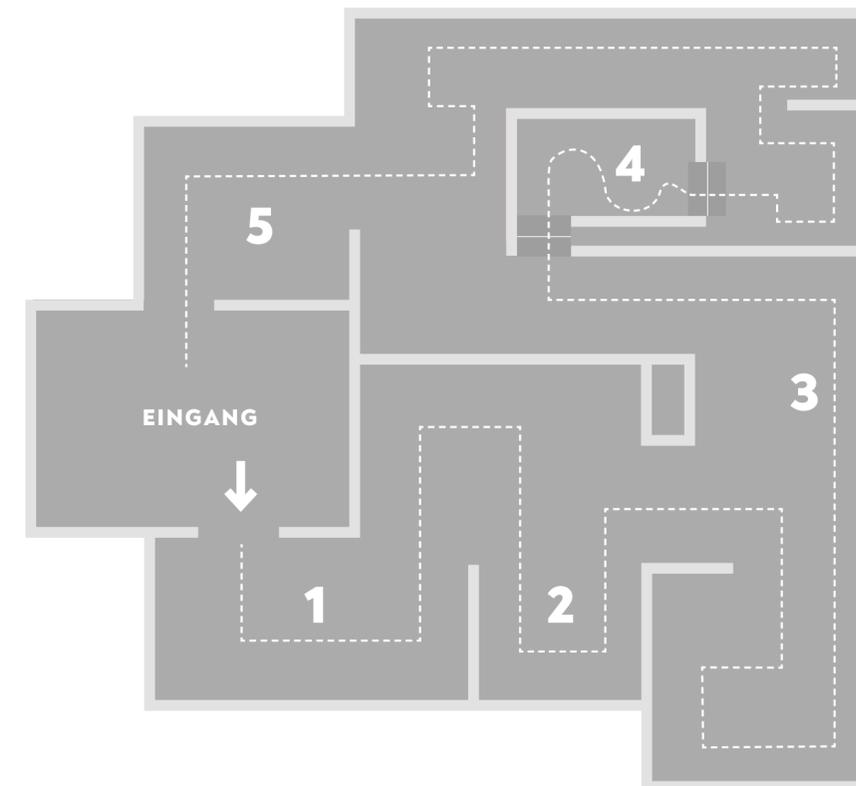
In diesem Rastereffekt entstanden insgesamt fünf Leitmotive. Hinzu kommt ein Klang von fünf Farben, die als sich verändernder Farbverlauf durch die Stationen der Ausstellung führen. Die blaue Farbe fungiert in der gesamten Gestaltung als Leitfarbe und wird unter anderem als Textfarbe eingesetzt.



# die ausstellung

## RÄUMLICHKEIT UND AUFBAU

Die Ausstellung findet im fiktiven Museum für Kommunikation in Trier statt. Dazu ist ein ebenso fiktiver, exemplarischer Raumplan entstanden, der die verschiedenen Stationen zeigt. Die gesamte Ausstellung ist als Rundgang konzipiert, damit der Besucher die Inhalte in der richtigen und aufeinander aufbauenden Reihenfolge aufnimmt. Die Ausstellung besteht aus insgesamt fünf Abteilungen, die im folgenden vorgestellt werden.





1. ABTEILUNG: EINFÜHRUNG

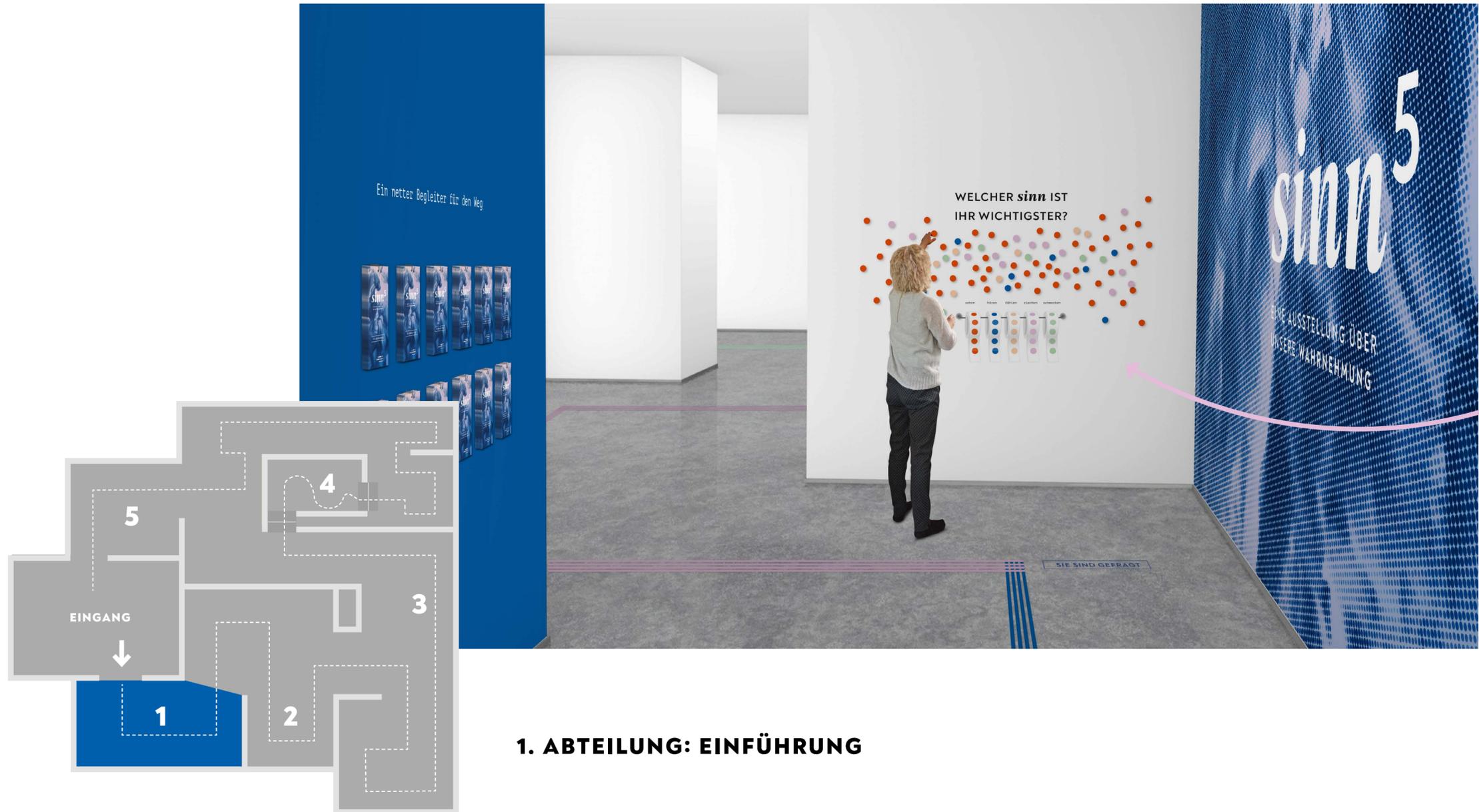
Die Ausstellung beginnt mit einem Herzlichen Willkommen und dem großflächig eingesetzten Leitmotiv in Blau. Zu Beginn erhält jeder Besucher einen kleinen Reisebegleiter mit auf den Weg.



### REISEBEGLEITER

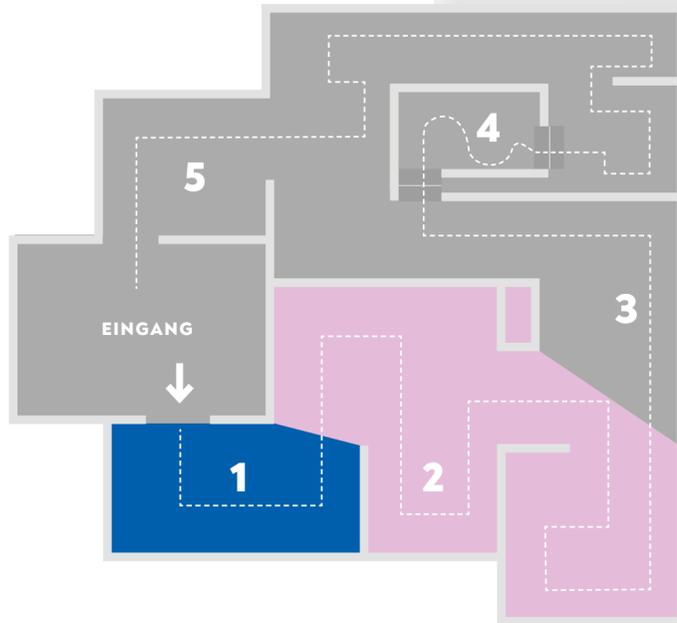
Der Reisebegleiter ist im Format Din Lang mithilfe von Ösen zu einem Fächer gebunden. Er beinhaltet Informationen zur Ausstellung und zum anderen eine spezielle rote Folie, die in der Ausstellung immer

wieder Verwendung findet, um versteckte Inhalte sichtbar zu machen. Durch die Ösung an der Oberseite lässt er sich zudem sehr einfach an der Wand befestigen.



1. ABTEILUNG: EINFÜHRUNG

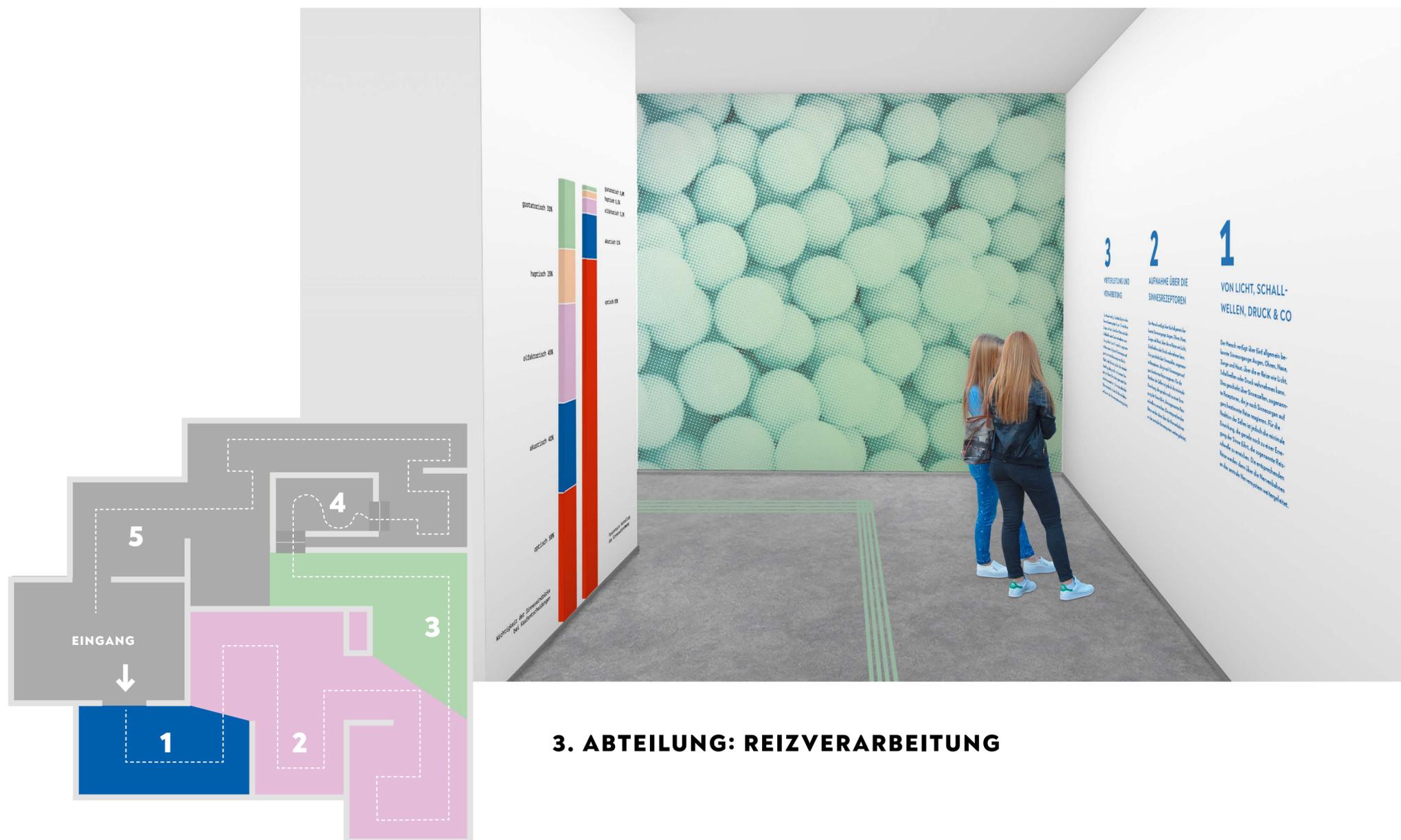
Außerdem soll sich der Besucher zu Beginn mit der Frage auseinandersetzen, welcher Sinn ihm am wichtigsten ist. Dies beantwortet er durch das Aufkleben eines farbigen Klebepunkts. So entsteht eine sich stetig verändernde Infografik, die der Besucher aktiv mitgestalten kann.



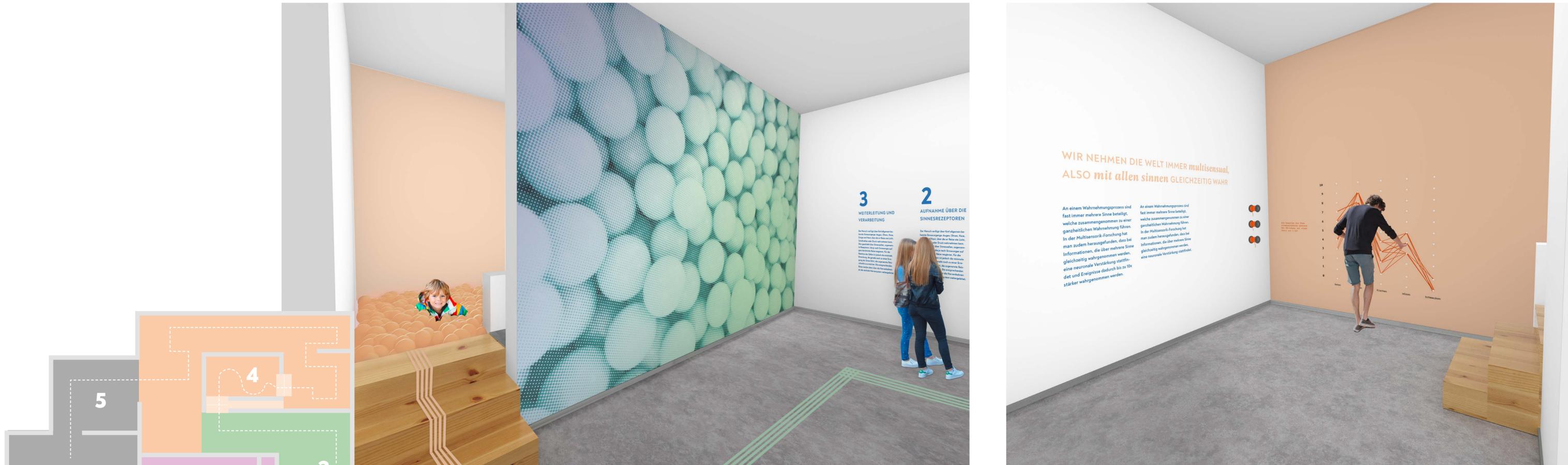
**2. ABTEILUNG: DIE SINNE ENTDECKEN**

In der zweiten Abteilung findet sich zu jedem der fünf Sinne eine Station, an der auf interaktive Weise die Sinne ent-

deckt werden können. Zudem erhält der Besucher begleitende Informationen in Form von kurzen Texteinheiten.



Nachdem jeder Sinn einmal aktiviert wurde, geht es zum eher theoretischen Teil der Ausstellung: Die neurobiologische Funktionsweise der Wahrnehmung. Hier erfährt der Besucher in kurzen, informativen Texten etwas über die Aufnahme von Reizen über die Sinnesorgane und deren Verarbeitung im Gehirn. Zudem findet er ergänzende Informationsgrafiken zu Themen der Reizverarbeitung.

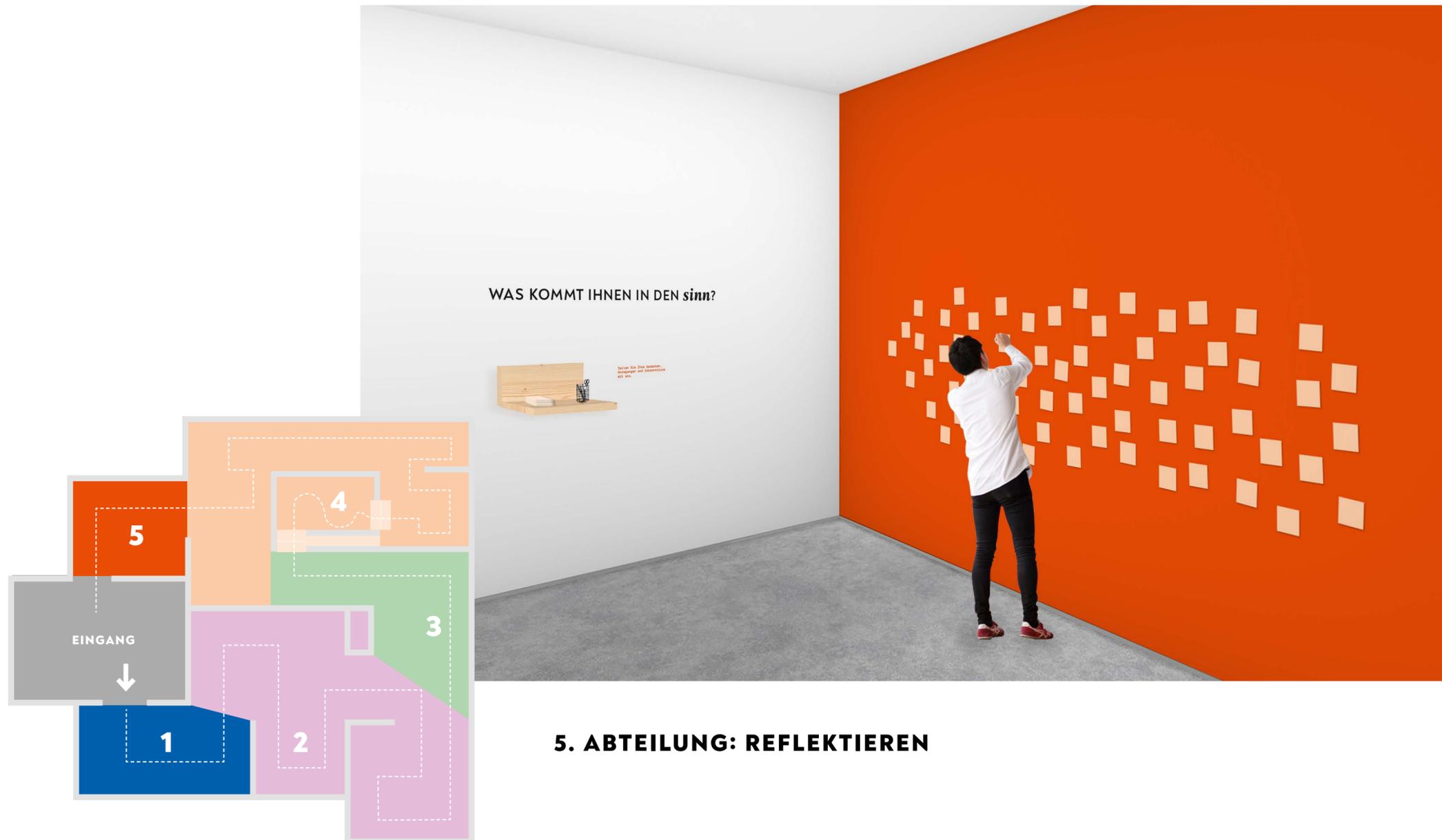


**4. ABTEILUNG: MULTISENSUALITÄT**

Anschließend geht es durch ein Bällebad zum Raum der Multisensualität. Hier soll der Besucher das Erlebnis des Bälle-

bads mithilfe von Fäden und einer Skala auf seine Multisensualität hin bewerten. Hiermit wird ihm bewusst gemacht, dass wir die Welt immer mit allen Sinnen

gleichzeit wahrnehmen. Diese Thematik wird zudem mit ergänzenden Texten und Infografiken vermittelt.



### 5. ABTEILUNG: REFLEKTIEREN

Zum Abschluss führt die Ausstellung noch in einen Raum, der sich als offenes Gästebuch versteht. Mithilfe von kleinen Notizzetteln können die Besucher ihre Gedanken und Anregungen äußern. So findet ein Reflektieren des Gelernten statt und die Besucher können in einen Dialog miteinander treten.

# leitsystem

## HAPTISCHES BODENLEITSYSTEM

Zur Orientierung verfügt die Ausstellung über ein Leitsystem. Dieses ist inspiriert von Blindenleitsystemen am Boden angebracht. Die Markierungen sind leicht erhaben und können dadurch ertastet werden. Die Längsstreifen geben dabei die Richtung an, an Wendepunkten überschneiden sich die Markierungen. Zudem wird der Besucher farblich durch die Ausstellung geführt. So ändert sich mit jeder Abteilung die Farbigkeit der Bodenmarkierungen, als auch der Wandgestaltungen.



STATION 2

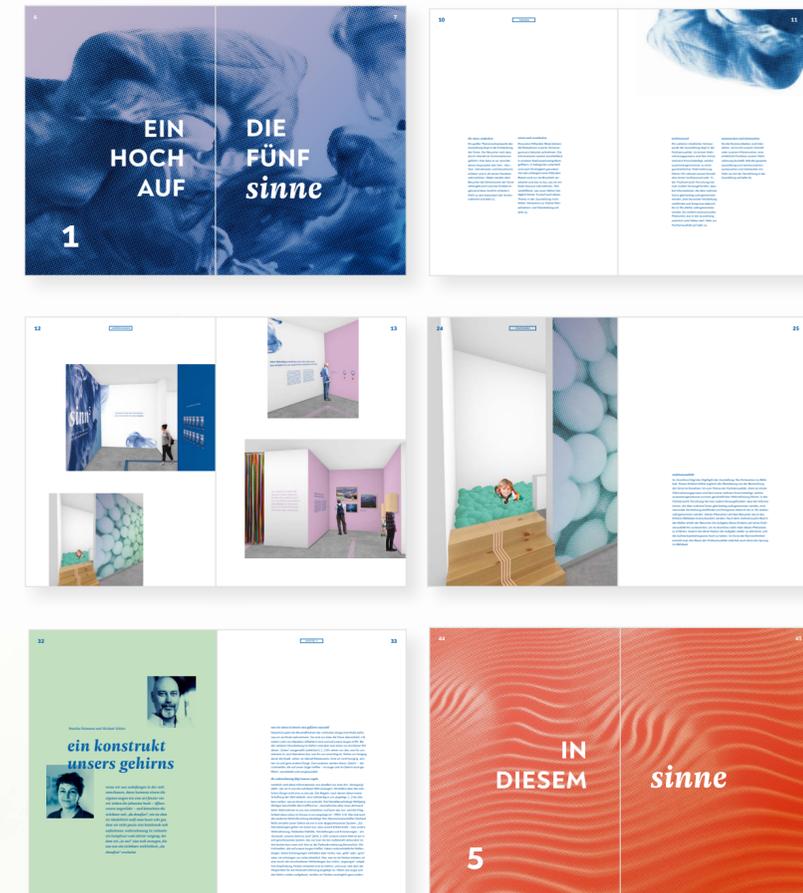
STATION 1

# *gestaltung*

DER PRINTMEDIEN

# ausstellungskatalog

Als begleitende Publikation entstand ein Ausstellungskatalog. Dieser fungiert zum einen als Dokumentation der Ausstellung und liefert zum anderen noch zusätzliche Informationen und Texte zum Thema Wahrnehmung, die in der Ausstellung keinen Platz finden. Der Katalog umfasst 5 Kapitel auf 52 Seiten und ist im Format A4 angelegt. Durch die raffinierte Ösenbindung lässt der Katalog sich sogar einfach abheften.



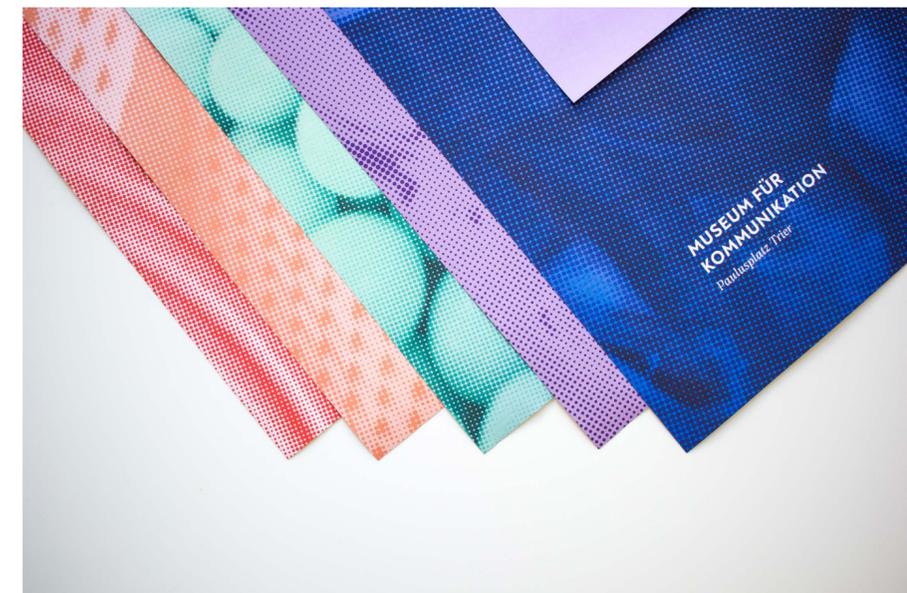
# eintritts karten

Auch Eintrittskarten dürfen bei einer Ausstellung nicht fehlen. Diese sind in den fünf Leitmotiven gestaltet und beinhalten auf der Rückseite noch einen Hinweis auf den Ausstellungskatalog.



# plakate

Zu Werbezwecken wurden Ausstellungsplakate in den fünf Leitmotiven gestaltet. Ergänzt wird die Gestaltung durch einen Spruch, der Aufmerksamkeit und Neugierde wecken soll. Das Besondere der Plakate machen die zwei Schichten aus. Durch Anheben der oberen Ebene können die darunter stehenden weiteren Details der Ausstellung entdeckt werden. So spricht bereits das Plakat zwei Sinne an und gibt einen Vorgeschmack auf die Interaktivität der Ausstellung.



# postkarten

Zudem sind in den fünf Leitmotiven und -sprüchen Postkarten als zusätzliches Werbematerial entstanden. Diese sind mit einer besonderen Softtouch-Oberfläche veredelt und bieten dadurch eine besonders ansprechende Haptik.





Printmedien  
im Überblick

# *fazit*

MEINES MASTERSTUDIUMS

# 2 jahre masterstudium

Ich habe die zwei Jahre meines Masterstudiums sowohl auf fachlicher, als auch auf persönlicher Ebene als sehr bereichernd empfunden. Besonders spannend fand ich die lange und intensive Auseinandersetzung mit ein und dem selben Thema.

## FACHLICHE ENTWICKLUNG

Das Auseinandersetzen mit dem Thema Wahrnehmung hat mich als Kommunikationsdesignerin sehr weitergebracht. Ich habe durch das wissen-

schaftliche Arbeiten sehr viel Neues über unsere Wahrnehmung gelernt, was mich in meiner Berufspraxis als Designerin sicherlich weiterbringen wird. Auch das Praxissemester im 3. Semester als Einblick in die Berufspraxis hat mich sehr bereichert und mir gezeigt, dass ich in meiner Berufswahl sehr richtig liege.

## PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

Auf persönlicher Ebene habe ich durch das wissenschaftliche Arbeiten sehr viel Spaß am Schrei-

ben gefunden, was mich auch in meinem privaten Alltag weiterbegleitet. Zudem hat mich die offene Gestaltung des Masterstudiums nochmal mehr Selbstorganisation und Disziplin gelehrt. Ich fühle mich durch mein Masterstudium in meiner Berufswahl nochmal mehr bestärkt und fühle mich auf den Berufseinstieg als Kommunikationsdesignerin sehr gut vorbereitet.