

Mobile Ausstellungen

Autor(en): **Scheidegger, Ernst**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **40 (1953)**

Heft 4: **Ausstellungs- und Museumsfragen**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-30953>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Das Ausstellungszelt «Europa baut» auf der Piazza del Plebiscito in Neapel / La tente de l'exposition «L'Europe bâtit» à Naples / The exhibition tent «Europe builds» in Naples

MOBILE AUSSTELLUNGEN

Von Ernst Scheidegger

Seit den ersten großen Ausstellungen im letzten Jahrhundert, deren Ziel es war, weiteste Kreise mit der aufkommenden Industrialisierung und deren neuen Produkten bekannt zu machen, hat sich das Ausstellungswesen ungeheuer entwickelt. Jene riesigen Schauen mit ihren großartigen monumentalen Repräsentationsbauten (z. B. Eiffelturm) hatten vor allem die Aufgabe, den aufblühenden internationalen Handel zu fördern und dadurch die Entwicklung der Industrie vorwärtszutreiben.

Immer mehr aber wurden im Laufe der Zeit aus den großen, umfassenden Ausstellungen kleinere, spezialisierte und mehr oder weniger rein kommerzielle Veranstaltungen. (Die heute bekannteste Form ist diejenige der Messe.) Im Gegensatz zur rein kommerziellen und repräsentativen Ausstellung entwickelte sich der

thematische, belehrende Ausstellungstyp, der die letztere weitgehend zu beeinflussen vermochte. So finden wir auch immer Abteilungen, die nicht ausschließlich kommerziellen Zwecken dienen, sondern aufklärend wirken, informieren, z. B. einen Produktionsvorgang oder die Anwendung eines Artikels zeigen. Doch um all die präsentierten Ideen, Gegenüberstellungen, Resultate, Vorschläge und Erklärungen genau studieren zu können, braucht der Besucher Zeit, und diese fehlt ihm meistens, wenn er eine größere Ausstellung oder Messe ansehen will.

Für kleinere Veranstaltungen, deren Besuch weniger Zeit erfordert, ergeben sich andere Schwierigkeiten: Der Besucher hofft, etwas zu sehen, das ihm neu ist. In jeder größeren Stadt aber findet er heute alle ihn inter-

essierenden Artikel ebenso schön präsentiert in den Schaufenstern der Geschäfte. Nur um die Produkte zu sehen, besucht also nur noch der direkt Interessierte eine kleinere Ausstellung. Da solche meistens nicht genügend Vielfalt aufweisen und besonders, wenn die festlichen Attraktionen wegfallen, die größere Veranstaltungen begleiten, fehlt das Interesse der übrigen Bevölkerung. Da sich daraus geringere Besucherzahlen ergeben, ist der Veranstalter gezwungen, auch seine Aufwendungen entsprechend zu reduzieren. – Ferner erleben wir, daß gute Ausstellungsplätze in den Städten immer rarer werden, daß nicht mehr kulturelle Zentren bestehen, auf die sich das Interesse der Bevölkerung konzentriert, sondern, daß sich die attraktiven Punkte immer mehr auf die ganze Ortschaft verteilen.

Aus diesen Umständen haben sich die mobilen Ausstellungen entwickelt, die sich diese Nachteile dienstbar machen. Sie ergeben je nach ihrer Aufgabe vollständig andere Resultate, können unendlich verschiedenen Charakter haben. Sie wenden sich nicht mehr an eine große anonyme Masse wie traditionelle Ausstellungen und Messen, sondern an einen ganz bestimmten Interessentenkreis. Sei es eine Firma, die ein Produkt verkaufen, oder eine Organisation, die ihre Ideen und Erfahrungen demonstrieren und Vorschläge machen will – sie alle wenden sich an bestimmte Kreise der Bevölkerung, die sie mittels einer beweglichen Ausstellung zu finden wissen. Je nach Publikum, das erreicht werden soll, ob man Hausfrauen oder Bauern, Fabrikarbeiter oder Handwerker interessieren will, ergeben sich neue, ganz verschiedenartige Lösungen, die sich ihrerseits wieder an die geographische und meteorologische Lage anpassen können. Dadurch wird es möglich, eine Ausstellung viel wirksamer auf ihre Besucher abzustimmen.

Die in der letzten Zeit überhandnehmende dekorative Ausstellungsart (in den Messen findet man vor lauter «Werbung» die Waren kaum mehr) kommt für mobile Ausstellungen kaum in Frage, da die Werbeziele auf knappste Form zu bringen sind. Es ist die für die Idee hochwertigste Lösung zu finden.

Die Kosten für eine mobile Ausstellung scheinen eher hoch, doch sind sie im Verhältnis zur Wirkung und zu den erreichbaren Besucherzahlen und vor allem im Vergleich zu Messeständen sehr lohnend. Auch können mobile Ausstellungen in Messen verwendet werden und einen Messestand ersetzen.

Flexible, mobile Ausstellungen bringen große, neue Möglichkeiten für Information und Reklame, besonders wenn sie gut organisiert und mit einer geschickten mobilen Propaganda kombiniert sind. Sie werden eine wichtige Ausstellungsform der Zukunft sein.

Anschließend sieben Beispiele mobiler, thematischer Ausstellungen ohne kommerziellen Charakter. Sie geben Einblick in die unendlich vielseitigen und interessanten Lösungen, die auf diesem Gebiete möglich sind.



Die ganze Ausstellung «Europa baut» fahrbereit | Toute l'exposition en route | The complete exhibition ready to travel Photos: MSA.



Der Zeltmast wird aufgerichtet | Le mât de la tente est planté | The tent's mast being erected

Das fertige Ausstellungszelt | La tente de l'exposition; extérieur | The completed exhibition tent

