



VISIE 1

EVENWICHT TUSSEN WETEN EN ERVAREN

**MET RUIMTE, FILM, LICHT EN GELUID
MAAKT KOSSMANN.DEJONG ERVARINGEN
DIE MET THEATERPRODUCTIES TE
VERGELIJKEN ZIJN, MET DE ONTWERPER
ALS REGISSEUR VAN EEN MULTIMEDIALE
VOORSTELLING.**

**HERMAN
KOSSMANN
OVER
VORMGEVEN
VAN EEN
WANDELING**

“Waar het vroeger in musea vaak alleen draaide om de collectie, de objecten, gaat het nu steeds meer om het verhaal dat moet worden verteld en waar de collectie een rol in kan spelen. De opgave waar musea voor staan is hoe ze hun verzamelingen tot leven kunnen brengen. De ontwerpopgave is een ervaring te maken die alle zintuigen prikkelt, die meer is dan kijken en lezen alleen. Daar komt bij dat bezoekers van nu verwend zijn en de kwaliteit van die ervaring dus hoog moet zijn.

Conservatoren zijn gespecialiseerd in het maken van geschreven inhoud, maar meestal niet in het verbeelden ervan. Daar komen wij om de hoek kijken. Je moet inhoud vormgeven naar het medium. Een tentoonstelling is geen boek of film. Deze media zijn alleen lineair te ervaren. In een expositie kan de bezoeker zelf verhaalfragmenten aan elkaar koppelen en kunnen we met verschillende media wel tien verschillende verhalen tegelijkertijd vertellen. Het grote verschil is ook dat in een tentoonstelling de bezoeker zelf fysiek beweegt, een wandeling maakt. Ergens bij stilstaat en zijn eigen tempo bepaalt.” De architect vergelijkt het maken van een expositie-ontwerp met het regisseren van een ruimtelijk theaterstuk. Het verhaal dat hij vertelt moet een indringende ervaring zijn, bezoekers bij de kladden grijpen en ze na afloop nog lang heugen. “Dat laatste is erg belangrijk: het gaat altijd eerst om de inhoud, dan pas om de vorm. Het verhaal moet de bezoeker raken. Door bijvoorbeeld verhalen persoonlijk te maken, door duidelijk te maken wie wat vertelt kunnen we de verhalen indringender en dichterbij brengen. Dan is de kans dat bij de bezoeker iets blijft hangen, een stuk groter. Het is ook zaak zowel de emotie als de ratio aan te spreken.

Als het enkel ervaring is wordt het een leeg spektakel, als een Disney-attractie, en beklijft het niet.”

Spelen met lagen

Kossmann beschrijft zijn ontwerpen als narratieve wandelingen, waar de bezoekers actief onderdeel van uitmaken. Ze kiezen zelf welke kant ze oplopen en waar en wanneer ze stilstaan. De aanwezigheid van de bezoeker beïnvloedt de tentoonstelling: hoe actiever deze is, hoe meer lagen hij aantreft en hoe sterker de expositie gaat communiceren. Ook het ontwerp voor het Urbanian Pavilion, één van de vijf Chinese themapaviljoens dat zal worden gerealiseerd in 2010 voor de Wereld Expo in Shanghai, is opgezet als narratieve wandeling. Een tocht door een virtuele stad, waarin de kwaliteit van leven van diverse stadsbewoners is te zien. Voor deze tentoonstelling zal een aantal maanden lang het dagelijks leven van zes gezinnen in zes verschillende steden over de hele wereld op film worden vastgelegd. Dit materiaal dient als basis voor multimediale projecties op meerdere schermen. “De bezoeker ervaart de vertellingen in verschillende lagen: ruimtelijk, via geluid, licht en soms geur. Met deze persoonlijke verhalen willen we komen tot een universeel verhaal, dat voor een internationaal publiek maar toch voornamelijk Chinese bezoekers herkenbaar is.”

**“WE MAKEN GEEN
TENTOONSTELLING
IN DE RUIMTE.
DE RUIMTE WORDT DE
TENTOONSTELLING.”**

DE KUNST VAN HET VERLEIDEN

TEKST MARIT OUIJBEEK

EXPOSITIEONTWERP OP DE GRENS TUSSEN KERK EN DISNEYLAND



VISIE 1
HERMAN KOSSMANN
EVENWICHT
TUSSEN WETEN
EN ERVAREN



VISIE 2
EDITH GRUSON
ONTRAFEL
EN FILEER DE
OPDRACHT



VISIE 3
GILIAN SCHROFER
INWERKEN OP
DE ONDERBUIK



VISIE 4
SIEBE TETTERO
DIENSTBAAR
AAN HET
ONDERWERP

Musea en culturele instellingen moeten vandaag de dag alles uit de kast halen om te concurreren met alles wat de bomvolle vrijetijdsmarkt verder te bieden heeft. In de strijd om bezoekersaantallen plooiën de voorheen wat elitaire, afstandelijke kunsttempels zich naar de wensen van het publiek. Nederlandse curatoren en conservatoren willen hun collecties tot leven brengen en benadrukken daarom het verhaal dat de objecten met elkaar verbindt in plaats van de objecten zelf. Om mensen te raken en emoties op te roepen, worden de antropologische en sociologische aspecten van de geschiedenis belicht.

Interdisciplinaire aanpak

Als gevolg daarvan is tentoonstellingsontwerp de afgelopen jaren aanzienlijk veranderd. Om een sterk en communicatief beeld neer te zetten of een spannend verhaal te vertellen, zijn nieuwe disciplines en media het museum binnengehaald. Technieken en presentatievormen uit de wereld van standbouw, horeca en de gameindustrie zijn steeds vaker te zien in museale exposities. In toenemende mate maken tentoonstellingsontwerpers gebruik van middelen waar het publiek vertrouwd mee is uit de wereld van retail en film; evenals verleidings technieken uit de marketing- en reclamebranche. De traditionele verdeling tussen commerciële en culturele opdrachten is daardoor vervaagd. Tegenwoordig kan een winkel er uitzien als een galerie, zoals de door Richard Hutten ontworpen modewinkel MGH20 in Rotterdam, terwijl hedendaagse expositieruimtes, zoals de Wonderkamers in het Haags Gemeentemuseum, herinneren aan een interactief computerspel.

Gaandeweg is het verhalende tentoonstellingsontwerp getransformeerd tot een belevenis. Net als in een winkel of in een

nachtclub, is in een expositie de "ervaring" belangrijk, een ervaring die onderhoudend is, bevredigend en alle zintuigen prikkelt. De tentoonstelling moet de bezoeker iets leren, verrassen en amuseren, onderwerp van gesprek worden, mond-op-mondreclame opleveren en publiciteit voor het museum genereren. Een goed voorbeeld is het poppenhuis met de miniatuurmodellen van The House of Viktor & Rolf, dat zoveel aandacht kreeg van pers en publiek dat het nu al de meest succesvolle expositie van het Utrechts Centraal Museum is. De verantwoordelijkheid voor de bezoekersaantallen ligt meer dan vroeger bij de vormgeving van de expositie, waardoor dit een uiterst complexe opgave is geworden.

Mede dankzij de komst van andere disciplines en de daarbij behorende specialisten is de rol van de tentoonstellingsmaker veranderd. Het is zijn taak om alle onderdelen van een productie die de scène maakt tot wat ze moet zijn, te ontwerpen en te bepalen, en daarmee lijkt hij een scenograaf te zijn geworden, een specialisme uit de toneelwereld. Ook letterlijk doet de expositieruimte aan een theater denken, aangezien projecties en films een ruimte transformeren. Wanneer ruimtes in duisternis zijn gehuld, is immers met gecontroleerd gebruik van licht, kleur, geluid en bewegend beeld gemakkelijk een gesimuleerde of fictieve wereld te creëren.

Balans tussen commercie en cultuur

Door de focus op het plezier van de bezoeker ligt het risico van een expositie als pretparkattractie op de loer. Onlangs gaven Rem Koolhaas en Mikhail Piotrovsky, directeur van de Hermitage in St. Petersburg, lucht aan hun zorgen hierover: "De musea waren eerst te veel kerk, nu te veel Disneyland. Musea zijn te gehoorzaam geworden,

slaven voor de klant. We moeten mensen in het museum gelukkig maken en van kunst laten genieten, maar we moeten het publiek ook onderwijzen, in goede smaak, in geschiedenis."

Toch is het nog zo dat in de meeste grote musea de grote meesters al decennia per land, per school, in chronologische rijen, naast elkaar hangen. Nog niet overal is sprake van thematische verdieping of een dialoog met de bezoeker. Waar de interdisciplinaire benadering aan de commerciële kant van expositieontwerp volledig is geaccepteerd, valt er aan de culturele kant nog een wereld te winnen.

Tentoonstellingsontwerp staat daarmee voor de taak een tussenweg te vinden. De in dit nummer getoonde projecten, afkomstig van over de hele wereld, laten zien dat deze weg op allerlei manieren is vorm te geven, van dienstbaar aan het verhaal tot opiniërend en confronterend. Daarnaast vertellen vier tentoonstellingsontwerpers hoe zij opereren op de grens tussen commercie en cultuur. Waar Gillian Schrofer van Concern pleit voor de terugkeer van de contemplatieve ruimte, waar de rust heerst die nodig is om kunst te bekijken en begrijpen, meent Edith Gruson van Traast + Gruson dat de ontwerper op de stoel van de opdrachtgever moet gaan zitten om zo zelf de exposities te maken die inhoudelijk en visueel aantrekkelijk zijn.



Mixen van media

Het handelsmerk van Kossmann.dejong is het gebruik van nieuwe media, wisselende belichting en alternatieve informatielagen. "Exposities kwamen voorheen vaak tot stand met behulp van een beperkt aantal disciplines: een conservator, een grafisch of ruimtelijk ontwerper en een bouwer. Door de ontwikkeling van de techniek kunnen nu meer dingen tot leven worden gebracht. Daarbij zien wij een goede tentoonstelling als een product waarin alle zintuigen kunnen worden gespeeld. We betrekken er daarom steeds meer disciplines bij; van filmmakers tot audiovisuele ontwerpers, van webdesigners tot lichtontwerpers. Bij ieder project stellen we interdisciplinaire clubs samen die langzaam uitdijen."

Puzzelstukjes

"Ik vergelijk tentoonstellingsontwerp wel eens met het maken van een speelfilm, net zo'n complex proces. Op de afdeling van een film staan allerlei experts vermeld, van scriptschrijver en geluidsman tot scenograaf en decorbouwer. Allen zijn dienstbaar aan het eindresultaat, alle stukjes samen vallen als een puzzel in elkaar. Dat is in een expositie net zo: de verlichting mag geen eigen leven gaan leiden, maar moet met de andere elementen samenhangen. Wij zijn de regisseur, onze rol is om er een eenheid van te maken."

BIO Een van zijn eerste ontwerpen was een bouwplaten-expositie van zijn leerlingen op de Academie van Beeldende Kunsten in Den Haag. Dankzij zijn studie bouwkunde werd hij vervolgens gevraagd als projectleider voor Nederland Nu Als Ontwerp in de Beurs van Berlage, een tentoonstelling over de inrichting van Nederland. Zo rolde Herman Kossmann het vak in. "Ik werd destijds gezien als een rare kwibus, want ik deed exposities, maar ook interieurs en kleine verbouwingen. Je kon me niet in een hokje plaatsen." Samen met Mark de Jong richtte hij in 1998 het bureau Kossmann.dejong op, dat naast exposities steeds vaker projecten met een lange adem realiseert, waaronder het interieur van poppodium Watt en het restaurant en de hoofdstraat van de nieuwe bouwkundefaculteit in Delft.



Impressie Learn-paviljoen, Urbanian Pavilion, World Expo 2010 Shanghai



In de Dolcel in Het Dolhuys klinkt het verhaal van een patiënt waardoor van dichtbij opsluiting in de isoleer cel is te ervaren.

< De entreezaal van het Amsterdams Historisch Museum is vormgegeven als een introductie op het gehele museum.