

22.6.2012



## **FC Bayern Erlebniswelt: Innovative Präsentation**

*FCB und Ranger Design denken das Fußballmuseum neu*

Am 25. Mai öffnete die FC Bayern Erlebniswelt in der Allianz Arena in München. Auf ca. 3.000 qm Fläche präsentiert die FC Bayern München AG, unterstützt vom langjährigen Partner Audi, in sieben Zeiträumen die 112jährige Geschichte des FC Bayern auf anschauliche und lebendige Weise. In der Hall of Fame werden die großen Stars des FC Bayern und alle Spieler, die mindestens bei einem Pflichtspiel für den Club antraten, gewürdigt. Auch alle Trainer und Präsidenten der langen Vereinsgeschichte werden vorgestellt. Die großen internationale Erfolge, allen voran der „Hatrick“, die drei aufeinanderfolgenden Europapokale der Landesmeister und der Championsleague-Titel werden in glanzvollem Licht und in Filmen inszeniert. Ein weiterer Teil der Ausstellung ist der Fankultur und dem aktuellen Spielerkader des Clubs gewidmet. Sonderthemen runden die Schau ab, die die größte Ausstellung eines Fußballklubs in Deutschland ist und auch international ihresgleichen sucht. Mit der inhaltlichen Konzeption und der multimedialen Präsentation setzt die Erlebniswelt einen neuen Standard für Fußballmuseen.

Die Ausstellung entstand nach der inhaltlichen und gestalterischen Konzeption des Stuttgarter Ausstellungsdesigners Kurt Ranger (Ranger Design), der mit seinem Gestalterteam das Vertrauen des Vorstandes für diese besonders spannende Aufgabenstellung bekam. Mit dem Inhalteteam des FC Bayern um den Kenner der FC Bayern Geschichte, Hans Peter Renner, und Fabian Raabe, mit Jürgen Muth, dem Geschäftsführer der Allianz Arena Stadion GmbH und der Projektleiterin, Sabine Hoeneß, wurde im Laufe von eineinhalb Jahren ein kreatives Konzept zur Reife entwickelt, das in der Präsentation von Fußball neue Wege geht.

Das Ausstellungskonzept verbindet dabei detailliertes Wissen und Informationen über die Geschichte und aktuelle Informationen rund um die Mannschaft. Als roter Faden wird die Ausstellung im historischen Teil von zusammenhängenden Medieninstallationen und der „Via Triumphalis“, die die Zeiträume miteinander verbinden, getragen. Die Hall of Fame setzt sich als eigenständiger Baukörper in rundem Formenspiel vom ersten Teil ab. Der aktuelle Teil der Schau besteht aus großformatigen, hinterleuchteten Glasflächen mit modernster Lichtsteuerung und aus einem geschwungenen roten Band, in dem in großformatigen Vitrinen Aspekte der Fankultur ausbreitet werden.

In der Erlebniswelt erzählt der FC Bayern seine Geschichte in vielen Geschichten, mit wunderbaren Exponaten, die von Fans, von Spielern, Vorständen und Angehörigen zur Verfügung gestellt wurden. 110 Monitore von Samsung und 9 großformatige Beamerprojektionen zeigen insgesamt 320 Minuten Film. Parallel zur Geschichte des FC Bayern wird auch die Entwicklung der Medien ausgestellt. Medien und Lichtinstallationen sind in einer choreografierten Rauminstallation vernetzt. Das Lichtkonzept wurde von Ulrike Brandi Licht in enger Abstimmung mit Ranger Design entwickelt und von Osram mit modernster LED Lichttechnik umgesetzt.

Besonderer Wert wurde auf die Interaktivität der Ausstellung gelegt. Die Besucher können beispielsweise speziell für die Erlebniswelt erstellte Filmsequenzen abrufen, in denen namhafte Trainer des FC Bayern Einblicke in ihre taktischen Überlegungen geben. Eine umfangreiche

Datenbank lädt zum Surfen ein: Alle Spiele, alle Spieler und alle Ergebnisse sind, soweit verfügbar, dokumentiert. Die Datenbank wird laufend erweitert.

Eine Verbindung der realen FC Bayern Erlebniswelt mit dem virtuellen Internet wird durch eine innovative multimediale Architektur hergestellt. Und zwar in beide Richtungen: Bei der Station „myFCB“ können sich die Fans über Fotostelen fotografieren lassen. Diese Bilder werden in der Erlebniswelt auf einem langen Monitorband präsentiert. Auf Wunsch werden die Porträts in das „myFCB“ Netzwerk eingestellt. Auf einer Welt- bzw. Europakarte werden die Aktivitäten der Community angezeigt und Nachrichten können in die FC Bayern Erlebniswelt gesendet werden, die auf einer neunteiligen Monitorwand eingespielt werden.

Die ersten Besucher zeigen sich begeistert von der neuen FC Bayern Erlebniswelt. Sie ist ein Ort der Emotionen, der Identität, der Verbundenheit und der Erinnerung. Sie ist dabei auch ein klar gegliedertes, informatives, erlebnisorientiertes Museum und eine lebendige Datenbank für alles, was den FC Bayern betrifft.

Die Erlebniswelt ist als hochflexibles, wandelbares Museum konzipiert und wird sich im Laufe der Zeit verändern: Denn im Gegensatz zu abgeschlossenen historischen Themen geht die Geschichte des FC Bayern täglich weiter.