

# DAHLEMER ERKLÄRUNG

## AUGUST 2014

Jede Form gestalteter Visualisierung gewinnt zunehmend an Einfluss und an prägender Kraft auf individuelles und gesellschaftliches Bewusstsein. Darin ist auch ihr hohes Potential für Wertebildung enthalten. Nicht nur die reale Welt objektiverer Umgebung, sondern gestaltete Bilder – ob im urbanen Stadtraum, im privaten Wohnbereich oder bei medialer Vermittlung – bestimmen diese prägende Kraft. Dabei gewinnt die Kommunikation medialer Darstellungen und virtueller Welten mehr Aufmerksamkeit, gleichzeitig verliert die Vermittlung durch Schrift gegenüber visueller Rezeption an Bedeutung.

Insofern ist die gestaltete Umgebung heute ein gesellschaftliches Thema und weil die immateriellen und virtuellen Komponenten unserer technisierten und vernetzten Wirklichkeit an Präsenz gewinnen, wird die Frage „wie wir sind und zukünftig leben wollen“ immer prägnanter. Traditionell wird unser Lebensraum visuell weitgehend von Architekten, Designern oder Ingenieuren nach funktionalen oder ästhetischen Kriterien geschaffen. Dass Formgebung sich selbst jedoch – gewollt oder ungewollt – mit Botschaften in Szene setzt, wird dabei zunehmend erkannt und zukünftig an Bedeutung gewinnen. Eine entsprechende Professionalisierung tut not!

Ursprünglich aus den darstellerischen Formen des Bühnenbilds im Theater entsprungen wird heute als Szenografie bezeichnet, was den Prozess und das Produkt räumlicher Gestaltung beschreibt. Mit ihrer Methode erfolgt die Vermittlung von Aussagen hauptsächlich durch die „Sprache“ der Gestaltung. Diese wird längst nicht mehr nur im Theater, in Ausstellungen und Museen als visuelle Kommunikation mit Publikum „gesprochen“, sondern wird übergreifend im öffentlichen Raum und Medien angewendet und verstanden. Deswegen steht die Szenografie im Zentrum des aktuellen kulturellen Diskurs, der an einzigartig gestalteten Orten stattfindet, sei es im Museum, im Theater, im ruralen Raum der Landschaft oder im urbanen Raum der Stadt. Damit nimmt Szenografie in weitere Bereiche gestalteter Prozesse ( z.B. sozialer Kontakte, Events, Politik ) und narrativer Räume ( z.B. Ausstellungen, Tourismus, Architektur ) Einzug.

Auf dieser Grundlage beziehen die Teilnehmer des am 29.04.2014 in Berlin/Dahlem zusammengerufenen Szenografie-Gipfels in Bezug auf das Ausstellungswesen Stellung:

- Für das gute Zusammenwirken szenografischer Gestaltung bedarf es einer neuen Qualität der Ausstellungskultur, die sowohl Kriterien formaler Prozesse festlegt als auch die für gestalterische Standards schafft.
- Mit der gestalterischen Herausforderung ist mehr Mut gefordert, Identität zu stiften ( sie aber auch in Frage zu stellen ) und Werte zu bilden ( sie aber auch zu verändern ).
- Da es um die Schnittmenge des gemeinsamen Verstehens geht, gelten hermeneutische Grundsätze für räumliche Gestaltung.
- Eine neue Rolle der Regie in der Szenografie ist für das Zusammenführen von Inhalten und Gestaltung notwendig.
- Schöpfungsprozesse brauchen Freiraum und mehr Zeit zu Prozeßbeginn.
- Obwohl Szenografie auch ein Produkt der Immaterialisierung ist und sich zunehmend an abstrakte Themen orientiert, manifestiert sie sich als materielle Domäne. Sie schafft physisch begehbbare, sinnlich begreifbare, einzigartige Orte.

Die Teilnehmer sehen es als wichtig an, Leitlinien und Handlungsempfehlungen zu schaffen, Qualifikation zu fördern und schöpferische Ideenfindung einzurichten.

Durch die konzentrierte fachliche Kompetenz sehen sich die Teilnehmer des Szenografie-Gipfels auch als ein Expertengremium, das Wissen und Erfahrung für Projekte ( z.B. von Staat, Wirtschaft, Verbänden und Kultur ) zur Verfügung stellt.

