

30. SEPTEMBER 2021 PRESSEMITTEILUNG

KREATIVAGENTUR FACTS AND FICTION KONZIPIERT UND REALISIERT VIER LÄNDERPAVILLONS FÜR DIE EXPO 2020 DUBAI

Am 1. Oktober ist es soweit: Die Expo 2020 Dubai wird eröffnet. facts and fiction hat die Länderbeteiligungen für Deutschland, Monaco, Belgien und Jordanien auf der Weltausstellung konzipiert und realisiert und ist damit die erste Agentur, die auf einer Expo gleich vier Länderbeteiligungen kreativ verantwortet.

Nach einem Jahr Verschiebung eröffnet am 1. Oktober 2021 die Expo 2020 Dubai als erste Weltausstellung im arabischsprachigen Raum. Unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“ werden 191 Staaten daran teilnehmen. Der Veranstalter erwartet rund 25 Millionen Besuche, davon über 70 Prozent aus dem Ausland.

„Wir sind die einzige Agentur, die auf der Expo 2020 Dubai gleich vier Länderbeteiligungen kreativ verantwortet“, freut sich Marco Hückel, Mitglied der Geschäftsleitung bei facts and fiction. Für eine erfolgreiche Länderbeteiligung auf einer Weltausstellung ist die intensive Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Land, ein tiefes Verständnis für Kultur, Tradition, politischen und gesellschaftlichen Kontext sowie eine intensive Themenrecherche wichtig. „Unabhängig vom Narrativ und Design des Pavillons ist ein spielerischer Wechsel zwischen großen Bildern und Interaktion, zwischen Einzel- und Gruppenexponaten, zwischen High- und Low-Tech, Exponaten für Kinder sowie Vertiefungsebenen für Spezialist*innen von großer Bedeutung. Wir möchten möglichst alle Sinne ansprechen. Wir möchten informieren, begeistern, emotionalisieren. Wenn diese Mischung gelingt, wird ein Pavillon erfolgreich.“

Inhaltlich hat die Agentur alle Pavillons von innen nach außen konzipiert: An erster Stelle steht das jeweilige Narrativ. Hieraus entwickelt sich über die Inhalte dann die Ausstellung und auch die Architektur. Der Deutsche Pavillon ist ein gutes Beispiel für diese Herangehensweise. Ausgehend von der Idee des CAMPUS GERMANY, unter dessen Namen sich Deutschland in Dubai präsentiert, wurden Architektur und Ausstellung entwickelt.

„Wir sind seit über 20 Jahren stolzes Mitglied der Expo-Familie. Unsere Stärke ist es, einzigartige Erlebnisse zu schaffen, die Menschen auf einer Weltausstellung durch die Pavillons in die kulturelle DNA eines Landes eintauchen lassen“, sagt Dietmar Jähn, geschäftsführender Gesellschafter von facts and fiction. „Wir profitieren dabei enorm von der Internationalität unserer Teams, die mit großer Leidenschaft an den Projekten arbeiten. Dazu kommt unser stetig gewachsenes internationales Netzwerk und Partner, die unsere hohen Qualitätsanspruch teilen. Diese Faktoren versetzen uns in die Lage, unterschiedlichste Länder glaubwürdig und authentisch zu präsentieren.“

„Jetzt freuen wir uns auf fröhliche und lachende Gesichter, wenn sich die Türen unserer Pavillons das erste Mal öffnen. Dieser Moment – nach über vier Jahren Arbeit – ist immer sehr emotional und belohnt für alles. Wenn man merkt, dass unsere Ideen funktionieren und die Leute den Pavillon mit einem positiven Bild über das jeweilige Land wieder verlassen, haben wir alles richtig gemacht“, sagt Marco Hückel.

facts and fiction hat mehr Länderpavillons kreativ verantwortet als jede andere Agentur weltweit: Auf der Expo 2000 in Hannover haben die Kölner für den Verband der Chemischen Industrie (VCI) ihren ersten Pavillon realisiert. Es folgten Länderpavillons für Deutschland auf der Expo 2012 in Yeosu (Südkorea), für Monaco und Kasachstan auf der Expo 2015 in Mailand (Italien) und für Frankreich (Teilbereich Total) und Aserbaidschan auf der Expo 2017 in Astana (Kasachstan). Zusammen mit den vier Pavillons in Dubai ergibt das insgesamt zehn Pavillons.

Deutschland, Monaco, Belgien, Jordanien: Vier Pavillons für Dubai

Deutschland

CAMPUS GERMANY – unter diesem Namen präsentiert sich Deutschland auf der Weltausstellung in Dubai. Rund um das Thema Nachhaltigkeit zeigen interaktive Exponate in den Themenbereichen Energie, Stadt der Zukunft und Biodiversität nachhaltige Innovationen „Made in Germany“. Der Pavillon versteht sich dabei als ein Ort des Wissens, Forschens und persönlichen Austauschs gemäß dem Motto der Expo 2020 Dubai: „Connecting Minds, Creating the Future“. Besucher*innen werden auf eine interaktive Reise von der „Immatrikulation“ im Pavillon bis zur „Abschlussfeier“ am Ende des Rundgangs mitgenommen. Sie können aktiv partizipieren und sich als Teil einer Gemeinschaft erleben, die sich für eine nachhaltigere Zukunft engagiert.

Auch die Architektur des Deutschen Pavillons folgt dem Leitbild des Campus: Er ist kein klassisches Gebäude, sondern ein vertikales Ensemble von Gebäudeteilen, das von einer gemeinsamen Struktur gefasst wird – so wie ein Park einen Campus umrahmt.

Das Erlebnis beginnt für die Besucher*innen bereits vor dem Eingang in den Pavillon. Hier stellen sich die Bundesländer in Form von Hörstationen, Virtual Reality Anwendungen, interaktiven Tischen und Filmen unterhaltsam und informativ vor. Anschließend werden die Besucher*innen vom Pavillonpersonal im CAMPUS GERMANY „immatrikuliert“ und erhalten ein eigenes Namensschild.

Im Namensschild verbaut ist das innovative IAMU-System: Das Realtime Locating System (RTLS) verwandelt den CAMPUS GERMANY in einen intelligenten, interaktiven Ausstellungsraum. Mit Hilfe von IAMU starten z. B. Medieninhalte automatisch in der Sprache des jeweiligen Gastes. Außerdem werden die Besucher*innen immer wieder eingeladen, ihre Meinung über Abstimmungen einzubringen.

Nach einer Einführungsveranstaltung folgt ein Bällebad. Jeder der 100.000 Bälle enthält ein Faktum zum Thema Nachhaltigkeit in und aus Deutschland. Die folgenden drei Teilbereiche, das Energy Lab, das Future City Lab und das Biodiversity Lab sowie die jeweils angrenzenden Terrassen, stellen das eigentliche „Curriculum“ des Campus dar und zeigen mehr als 50 interaktive Exponate. Sie präsentieren jeweils eine innovative und nachhaltige Idee aus Deutschland, deren Umsetzung den Besucher*innen spielerisch nähergebracht wird. Jedes dieser Labs hat zudem eine eigene Gestaltungsidee. Geschlossene, immersiv inszenierte Räume von hoher Unterschiedlichkeit wechseln sich ab mit offenen Terrassen, die den Blick über das Atrium ermöglichen.

In der „Graduation Hall“ erleben die Besucher*innen abschließend eine überraschende und emotionale Inszenierung, bei der die Kombination aus Technologie, Gemeinschaft und Nachhaltigkeitsgedanken ihren Höhepunkt findet. In einer beeindruckenden Show nehmen die Besucher*innen auf Schaukeln Platz und kommen gemeinsam in Bewegung für eine nachhaltigere Zukunft.

Monaco

Der Stadtstaat präsentiert sich unter dem Motto „Monaco 360°“ und lässt das Bild eines Landes mit vielen Facetten entstehen, das die Grundlage für die Entwicklung der Architektur, des Raumes und der Ausstellung bildet. Durch den konsequenten Einsatz der außergewöhnlichen Corporate Identity bei Außenfassade und Ausstellung bis hin zur Adaption auf einer Briefmarke wird der Pavillon zur Marke mit einem hohen Wiedererkennungswert.

Der Pavillon, „Le Rocher“, benannt nach dem Felsen, auf dem der Fürstenpalast von Monaco steht, ist wie ein Rohdiamant geformt und spiegelt so die vielen Facetten Monacos durch die Architektur wider. Die Flächen des Gebäudes wurden komplett mit blau-schimmernden Photovoltaik Paneelen belegt. So entsteht ein ikonografisches Gebäude, das im architektonisch anspruchsvollen Umfeld der Expo eine Alleinstellung besitzt. Der Einsatz der Photovoltaik Elemente gestattet darüber hinaus einen energieneutralen Betrieb des Pavillons über die gesamte Laufzeit der Weltausstellung.

Schon vor dem Betreten des Pavillons tauchen die Besuchenden in die Geschichte Monacos ein dank eines großformatigen Bilderfrieses, das von der Jahrhunderte zurückreichenden Grimaldi-Dynastie erzählt. Im Pavillon selbst erleben die Besucher*innen zwei große Ausstellungswelten: In der ersten, dem „Garten der Möglichkeiten“, werden Projekte und nachhaltige Initiativen aus Monaco in der ganzen Welt gezeigt. Sie gleicht einem kaleidoskopischem Fantasiegarten – begleitet von einer eigens komponierten Duftinstallation und einer außergewöhnlichen Lichtgestaltung. In ihm können Kunst und Kultur, Wissenschaft, medizinische Forschung, Projekte zum Schutz der biologischen Vielfalt und der Ozeane sowie technologische Innovationen entdeckt werden. Der zweite Bereich der Ausstellung – die Main Show – ist der „Identität“ Monacos gewidmet: Sie bietet vollständige Immersion; ein 360-Grad-Eintauchen in eine spiegelnde Facettenwelt, die die Besucher*innen in die Geschichte, die Kultur und die Werte Monacos und seiner Bürger*innen entführt.

Die Ausstellung ist komplett interaktiv und bietet mit jedem Exponat eine neue Erfahrung. Zu den besonderen Highlights gehören das Kultur-Kaleidoskop, die interaktive Bank und das interaktive Buch über die Expeditionen von Albert I.

Das Kultur-Kaleidoskop lädt zum Erkunden der Kulturszene Monacos ein. Bilder aus dem kulturellen Leben Monacos wirbeln wie bei einem wirklichen Kaleidoskop. Sobald es stillsteht, verschmelzen sie zu einem Mosaik von Videosequenzen aus einem bestimmten Kulturbereich. Mit jeder erneuten Drehung ändert sich das Genre. Die interaktive Bank zahlt besonders auf das Expo Motto „Connecting Minds – Creating the Future“ ein. Sie bringt Menschen über eine Distanz von 5.000 Kilometern zusammen und lässt sie gemeinsam agieren. Das interaktive Buch schließlich ist

Fürst Albert I. von Monaco gewidmet, einem Pionier der Meeresforschung. Auf seinen zahlreichen Expeditionen beschäftigte er sich intensiv mit den bis dahin kaum erforschten Meeresströmungen. Wenn man das großformatige Buch aufschlägt, erscheinen historische Fotos, animierte Grafiken und laufende Filme. Mit jedem Umblättern öffnet sich ein neues Kapitel mit spannenden, multimedialen Informationen.

Belgien

„The Green Arch“, so der Name des belgischen Pavillons und im Herzen des Mobilitätsviertels gelegen, präsentiert die Entstehung vernetzter grüner Städte durch Belgiens wissenschaftliche, industrielle und technologische Innovationen und zeigt Visionen zu intelligenter und grüner Mobilität belgischer Denker*innen und Unternehmen für das Jahr 2050.

facts and fiction war intensiv an der Entwicklung des Gesamtkonzeptes beteiligt und hat das Ausstellungskonzept bis zur Entwurfsplanung verantwortet. Die Ausstellung nimmt Besucher*innen mit auf eine spannende Reise in das „Smart and Green Belgium 2050“. Inspiriert durch die belgische Comic-Kultur, nutzt der szenografische Gestaltungsansatz das Erzählen von Comic-Geschichten. Dabei treffen in der Ausstellung das erste Mal die berühmtesten belgischen Comic-Held*innen verschiedener Verlage aufeinander: Lucky Luke, das Marsupilami, die Schlümpfe und viele mehr erzählen die Geschichten belgischer Innovationen und führen die Besucher*innen durch die Ausstellungsräume. Eine Weltpremiere.

Beim Betreten des Pavillons fahren die Besucher*innen durch einen immersiven audiovisuellen Tunnel, der im Hauptgeschoss der Ausstellung endet. In Zusammenarbeit mit den belgischen Comic-Verlagen wurde im ersten Ausstellungsraum eine beeindruckende illustrierte Wand mit belgischen Wahrzeichen gestaltet, auf der sich die Erzählung „Smart and Green Belgium 2050“ in Form eines begehbaren Comics durch die gesamte Szenografie zieht. Sechs Hauptexponate stellen sechs Innovationen aus den drei belgischen Regionen vor.

Die Gestaltung der Exponate ist von den Projekten inspiriert, die sie repräsentieren. Zu jedem Exponat gibt es eine beeindruckende, individuelle grafische Illustration des Projekts, ergänzt durch Möbelstücke, die in ihrer Form und Designsprache der Ästhetik der Comic-Illustrationen folgen. Die durchgängig interaktiv konzipierten Exponate ermöglichen es Besucher*innen, die drei belgischen Regionen und ihre Zukunftsvisionen auf informative und zugleich spielerische Weise zu erkunden. Highlight ist eine Virtual-Reality-Reise zum Mars.

Zwischen den Hauptausstellungsräumen werden Besucher*innen auf eine immersive Zeitreise mitgenommen, die durch animierte Projektionen die Zukunftsvisionen Belgiens zum Leben erweckt. Den Abschluss der Ausstellung bildet eine beeindruckende interaktive Medienprojektion. Wenn Besucher*innen sich nähern, verwandeln sie sich in Comicfiguren, die in die virtuelle Umgebung projiziert werden und darin interagieren können.

Jordanien

Unter dem Motto "The Thresholds of Ingenuity" präsentiert sich der jordanische Pavillon auf der Expo 2020 Dubai. Er stellt eine Vision für Jordanien vor, die die lokalen jordanischen Talente fördert und eine Plattform für den Austausch und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit bietet, um die heutige und zukünftige Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur des Landes zu stärken. Der Pavillon lädt Besucher*innen dazu ein, Jordanien mit allen Sinnen zu erleben – ein Land, in dem Moderne auf Tradition, Hightech auf Sinnlichkeit und eine junge, agile Gesellschaft auf die Wiege der Kultur trifft.

Das Design des jordanischen Pavillons, das facts and fiction bis zum Abschluss der Entwurfsphase begleitet hat, verwebt die Ebenen Natur, Kulturerbe und Technologie miteinander. Und repräsentiert damit die Identität des Landes: Seine einzigartigen Landschaften, sein reiches kulturelles Erbe und seine Fähigkeit zur Innovation. Die räumliche Erzählung entfaltet sich in verschiedenen szenografischen Umgebungen, die von den atemberaubenden Landschaften Jordaniens inspiriert sind.

Der Pavillon empfängt Besucher*innen mit einer beeindruckenden begehbaren Skulptur, die vom berühmten Siq von Petra, einer über 70 m tiefen Felsschlucht und zugleich Eingang zur Felsenstadt Petra, inspiriert ist. Er wurde geometrisch in eine raffinierte modulare Holzstruktur übersetzt, die mit sanftem Licht, jordanischen Geräuschkulissen und den eindringlichen Aromen des Landes untermalt wird. Das durch die Schlucht einfallende Licht führt Besucher*innen in die Hauptausstellung; in einen Raum von großer Leichtigkeit, in dem weiße Fadenvorhänge die Architektur formen. Sie bewegen sich sanft in der Luft und verstärken die Illusion des Schwebens, während sie in den dunklen, reflektierenden Boden übergehen. Drei Hauptausstellungsinseln bieten Einblicke in das jordanische Erbe, die Kultur und aufstrebende Zukunftsvisionen durch interaktive Exponate.

Eine poetische Medieninstallation im Herzen des Hauptausstellungsraums namens „The Portal“ bietet ein symbolisches Tor zum Herzen Jordaniens. Sie umhüllt Besucher*innen mit schimmernden Projektionen jordanischer Landschaften und legendärer Kulturschätze, ergänzt durch traditionelle Musikinstrumente, die Besucher*innen durch ihre Bewegung aktivieren können, um gemeinsam eine einzigartige Symphonie Jordaniens zu komponieren.

Die Reise der Besucher*innen endet in der „Schatzkammer“. Dieser stark inszenierte Raum spiegelt das pulsierende Wachstum der jordanischen Städte wider und bietet eine Auswahl an lokalen Produkten, die von jungen jordanischen Designer*innen stammen.

Hintergrundinformation:

Die Expo 2020 Dubai ist in drei Themenbereiche gegliedert: „Sustainability, Mobility und Opportunity“.

Der **Deutsche Pavillon** befindet sich im Bereich „Sustainability“. Auftraggeber ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, die Koelnmesse ist verantwortlich für Organisation und Betrieb. Konzept, Planung und Realisierung des Deutschen Pavillons liegen bei der „Arbeitsgemeinschaft Deutscher Pavillon Expo 2020 Dubai“, bestehend aus den beiden Unternehmen facts and fiction und NÜSSLI Adunic. Dabei zeichnet facts and fiction für das inhaltliche Konzept sowie die Ausstellungs- und Mediengestaltung verantwortlich, NÜSSLI Adunic für die bauliche Umsetzung. Die architektonische Umsetzung des Konzepts verantworten LAVA Architekten im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft. Das Kulturprogramm „Culture Lab“ verantwortet die Frankfurter Agentur VOSS+FISCHER zusammen mit dem Kultur- und Medienmanager Mike P. Heisel als Arbeitsgemeinschaft.

Beim **Monegassischen Pavillon** zeichnet facts and fiction als Key Contractor verantwortlich für Konzept, Planung und bauliche Realisierung, die Nüssli umgesetzt hat. Der Pavillon befindet sich im Bereich „Opportunity“. Die Architektur des Pavillons wurde von den Architekturbüros OOS (Zürich) und AODA (Monaco) entworfen.

Der **Belgische Pavillon**, beauftragt von BelExpo, befindet sich im Bereich „Mobility“. Der Pavillon ist eine Co-Kreation der Architekten Vincent Callebaut und Assar und der Baufirma BESIX. facts and fiction verantwortete die Entwicklung des Gesamtkonzepts zusammen mit den Architekten sowie die komplette Ausstellung bis zum Abschluss der Entwurfsplanung. Die anschließende Umsetzung erfolgte durch Envie Events.

In enger Zusammenarbeit mit der Jordan Investment Commission verantwortete facts and fiction das Ausstellungskonzept für den **Jordanischen Pavillon**, ebenfalls bis zum Abschluss der Entwurfsplanung. Dieses wurde anschließend von der Expo unter der Aufsicht der Jordan Investment Commission umgesetzt und befindet sich im Bereich „Mobility“.

Bildunterschriften

Deutschland: CAMPUS GERMANY – unter diesem Namen präsentiert sich Deutschland auf der Weltausstellung in Dubai. Rund um das Thema Nachhaltigkeit zeigen interaktive Exponate in den Themenbereichen Energie, Stadt der Zukunft und Biodiversität nachhaltige Innovationen „Made in Germany“.

Monaco: „Le Rocher“ – ein Gebäude, das zum Instagrammable Spot auf der Expo werden könnte. Der Stadtstaat präsentiert sich unter dem Motto „Monaco 360°“ und lässt das Bild eines Landes mit vielen Facetten entstehen.

Belgien: „The Green Arch“ – so lautet der Name des belgischen Pavillons. Er präsentiert die Entstehung vernetzter grüner Städte durch Belgiens wissenschaftliche, industrielle und technologische Innovationen und zeigt Visionen zu intelligenter und grüner Mobilität belgischer Denker*innen und Unternehmen für das Jahr 2050.

Jordanien: Unter dem Motto „The Thresholds of Ingenuity“ präsentiert sich der jordanische Pavillon. Er lädt Besucher*innen dazu ein, Jordanien mit allen Sinnen zu erleben – ein Land, in dem Moderne auf Tradition, Hightech auf Sinnlichkeit und eine junge, agile Gesellschaft auf die Wiege der Kultur trifft.

Über facts and fiction

facts and fiction ist eine interdisziplinäre Kreativagentur mit mehr als 70 festen Mitarbeiter*innen an den Standorten Köln und Berlin. Die Agentur wurde 1992 in Köln gegründet. facts and fiction konzipiert, gestaltet und realisiert für die Bereiche Kunst, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft innovative analoge sowie digitale Projekte. Der Fokus liegt dabei auf EXPO-Pavillons, Museen und Ausstellungen, Events, Exponaten sowie digitalen Lösungen für partizipative und individualisierte Erlebnisse.

facts and fiction hat die Pavillons von Deutschland, Monaco, Belgien und Jordanien für die Weltausstellung in Dubai entwickelt, die ab Herbst 2021 stattfindet. Die größten aktuellen Projekte im Bereich öffentliche Museen und Ausstellungen sind das Bergbaumuseum in Bochum, das im Juli 2019 eröffnet wurde, und die Berlin Ausstellung im Humboldt Forum in Berlin, die im Sommer 2021 eröffnet wurde. Im Berliner Büro arbeitet facts and fiction im Spannungsfeld der politischen Kommunikation: Für Ministerien, Institutionen und Verbände entwickelt die Agentur unterschiedlichste analoge, hybride und digitale Veranstaltungsformate und Ausstellungen im Kontext des politischen Diskurses.

Die Agentur hat mehr als 700 Projekte in 50 Ländern umgesetzt und wurde für ihre Arbeiten bereits mit zahlreichen Awards wie dem BIE Award, dem iF Communication Award, dem ADC Wettbewerb oder dem Galaxy Award ausgezeichnet.

Für Presseauskünfte und Rückfragen:

facts and fiction
Freya Paintner
Anna-Schneider-Steig 2
Rheinauhafen
50678 Köln

Webseite und Bilddatenbank www.factsfiction.de/presse
E-Mail presse@factsfiction.de
Telefon +49 (0)221.951530.0