



»Photoarchiv Schweitzer«



»Photoarchiv Schweitzer«



»Photoarchiv Schweitzer«. Auftraggeber / Client: Kunstarkaden München. Photography: Frank Widemann



Auftraggeber / Client: Allianz Dresdner Global Investors. Photography: Stefan Streit

AKZENTE SETZEN

Das 1999 in München gegründete Büro Tulp Industrial Design widmet sich nicht nur mit Leidenschaft dem Industriedesign, sondern auch der Messe- und Ausstellungsarchitektur sowie Corporate-Design-Projekten.

Maik Schober, Alexander Striegl und Michael Zanin, die Gründer von Tulp Industrial Design, haben sich auf die Fahne geschrieben, »Projektlösungen von innen nach außen mit höchstem konzeptionellem Anspruch« zu realisieren. Messeauftritte oder Ausstellungen, die lediglich aufgrund ihrer Größe oder Ausstattung den Besucher überrollen, sind also keinesfalls von dem insgesamt achtköpfigen Team zu erwarten. Sie setzen auf eindrucksvolle Akzente, sei es durch Farb- oder Formgebung der einzelnen Elemente. Renommiertere Kunden wie Allianz Global Investors, B5 aktuell, BMW Motorrad, Infoscreen, Mini, Rodenstock, Reebok und andere sind es, die die konzeptstarken

Umsetzungen von Marken in die vierte Dimension zu würdigen wissen.

Für das Photoarchiv Schweitzer, das den Nachlaß der 2004 verstorbenen Fotografin Marion Schweitzer verwaltet, entstand auf diese Art und Weise beispielsweise ein Ausstellungskonzept, das aus dem Rahmen fällt: Das Herzstück stellen dabei einhundertfünfzig mit Fotos gefüllte, »sakral« beleuchtete Bananenkisten dar, die die physische Präsenz des Foto-Originalbestandes verdeutlichen sollte. Die darin eingestreuten, magentafarbenen Rahmen verwiesen auf die in der Ausstellung folgenden Einblicke in das kuriose Fotoarchiv und waren zugleich Bestandteil des Ausstellungs-CI.

Einen mit vierzig Quadratmetern eher kleinen, aber feinen Messestand realisierte Tulp für die Berolina GmbH auf der Inhorgenta in München. Die reduzierte Formensprache der hochwertigen Vitirinen hält sich dabei unaufdringlich im Hintergrund. Im Mittelpunkt standen also tatsächlich die Ausstellungsstücke. Lediglich das organische Lamellendach, das den Stand in das Licht der Firmenfarbe eintauchte, war ein zusätzlicher und schon von weitem gut erkennbarer Eyecatcher.

Zwei exemplarisch herausgegriffene Beispiele aus dem umfangreichen und sehenswerten Portfolio, die sehr deutlich machen, daß es oft leise Details sind, die Kommunikation verlauten lassen. *bs*