

Wir wollen Menschen begeistern

Die Berliner Designer von Flying Saucer inszenieren Erlebnisse

■ Von Matthias Matern

Berlin – Mit einem Würfel haben Alexander Bresinsky und Stefan Scholze in Ludwigshafen Chemie erlebbar gemacht. In Radebeul verwandelten die beiden Berliner die saisonal begrenzte Kunst des Kelterns in ein ganzjähriges Erlebnis für jedermann. Dank Bresinsky und Scholze dürfen sich in Dresden jetzt selbst Laien wie Designer edler Luxuslimousinen fühlen. „Wir wollen Menschen begeistern, Neugier wecken, Erlebnisse inszenieren“, beschreibt Bresinsky seine Geschäftsphilosophie. Zusammen mit seinem Partner Stefan Scholze hat sich der 39-Jährige auf die Entwicklung von Freizeitanlagen, Besucherzentren, Themen- und Brandparks spezialisiert. Deutschlandweit gelten die beiden als gefragte Experten für Attraction Design.

Kennen gelernt haben sich Bresinsky und Scholze während ihrer gemeinsamen Zeit bei Pixelpark. Vor acht Jahren gründeten sie die Firma Flying Saucer (Fliegende Untertasse). Bei rund 700 000 Euro lag der Umsatz 2006. Das jüngste und bislang größte Projekt realisierten sie für den Chemieriesen BASF. Am Standort Ludwigshafen in Rheinland-Pfalz entwarfen Bresinsky und Scholze die Aus-



Alexander Bresinsky (li) und Stefan Scholze von Flying Saucer FOTO: MATERN

stellung zur Firmenpräsentation im neuen Besucherzentrum des Konzerns. Zehn Mio. Euro hat sich BASF den Umbau eines alten Badhauses samt Ausstellung kosten lassen. Im März wurde das neue Besucherzentrum eröffnet. „BASF ist sehr zufrieden mit dem Ergebnis und auch die Kommentare im Gästebuch sind zu 98 Prozent sehr positiv“, sagt Bresinsky.

Rund zwei Jahre haben die beiden Experten und ihr Team aus Fachleuten an dem Konzept für die Ausstellung getüftelt. „Wir mussten Fachwissen in verständliche Worte und Bilder übersetzen und dabei immer wieder Bezüge zum Alltag herstellen.“ Entstanden ist eine multimediale Erlebniswelt der Chemie auf fünf Ebenen mit einer Ausstellungsfläche

von rund 2000 Quadratmetern sowie ein 800 Quadratmeter großes Mitmachlabor. Als Schlüssel zu den einzelnen Stationen der Schau dient den Besuchern ein Würfel. „Die Form haben wir vom Logo des Konzerns abgeleitet. Die sechs verschiedenen Farben der Würfelseiten entsprechen den Corporate-Farben von BASF“, erläutert Stefan Scholze.

Der Chemiekonzern BASF ist bei weitem nicht der einzige Kunde von Weltformat auf der Referenzliste von Flying Saucer. Gearbeitet hat das Expertenbüro mit Sitz in Kreuzberg zudem für Sony Entertainment, Airbus Deutschland und die Porzellan Manufaktur Meissen. Für Volkswagen entwickelten Bresinsky und Scholze unter anderem Besucherattraktionen in der „Gläsernen Manufaktur“ des Konzerns in Dresden. Der Auftrag: Der Fertigungsprozess der Luxuslimousine „Phaeton“ sollte für die Besucher nachvollziehbar werden.

Für ihre Konzepte setzen die Erlebnis-Designer neben zahlreichen Hightech-Zutaten wie Computeranimationen, Klang- und Lichteffekte auch auf klassische Elemente der Inszenierung. „Entscheidend ist der Inhalt, was am Ende im Gedächtnis bleiben soll“, erklärt Alexander Bresinsky.