

GLASHAUS_06 BRAND X

Presse- und Online Präsenz (Auswahl)

Titel	Quelle	Datum	Autor/in	Kategorie
GLASHAUS_06_BRAND X. Franken Architekten	archplus Online	11.12.2007	Redaktion	überregional
GLASHAUS_06_BRAND X. Franken Architekten	openPR Online	11.12.2007	Redaktion	überregional
GLASHAUS_06_BRAND X. Franken Architekten	BAUHELPER Online	18.12.2007	Redaktion	überregional
Brandscaping Architecture: Franken Architekten im DAZ in Berlin	Kultur-Online	14.01.2008	Redaktion	überregional
BRAND X Franken Architekten – Ausstellung im DAZ	Technische Fachhochschule Berlin Online	15.01.2008	Redaktion	regional
Glashaus_06 Brand X: Franken Architekten	arcguide Online	16.01.2008	Redaktion	überregional
BRAND X	Baunetz Online	16.01.2008	Redaktion	überregional
Brandscapes	Baunetzwoche	08.02.2008	Benedikt Hotze	überregional
GLASHAUS_06 BRAND X. Franken Architekten	BauKalender	15.02.2008	Redaktion	überregional
Ausstellung: Brandscaping Architecture	culturebase Online	15.02.2008	Redaktion	überregional
Space Odyssey	Designlines Online	15.02.2008	Katja Neumann	überregional
GLASHAUS_06 Brand X	Kulturclub Online	15.02.2008	Redaktion	überregional
GLASHAUS_06 Brand X	Kulturkurier Online	15.02.2008	Redaktion	überregional
Ausstellung: Brandscaping Architecture	M:AI Online	15.02.2008	Redaktion	überregional
GLASHAUS_06_BRAND X. Franken Architekten im DAZ	nextroom Online	18.03.2008	Redaktion	überregional

archplus Online, 11.12.2007, Autor: Redaktion

ausstellungen ▼

Köbberling / Kaltwasser, RESSOURCE STADT

24.10.2007 - 15.12.2007
Stuttgart

digital spaces

16.11.2007 - 18.01.2008
10117 Berlin

Eröffnung: 23.11., 19h, Scharoun Saal des DAZ, 2.HH

23.11.2007 - 01.02.2008
Berlin

Eröffnung: 23.11., 19h, Scharoun Saal des DAZ, 2.HH

23.11.2007 - 01.02.2008
Berlin

FINNISCHE ARCHITEKTUR_Aktuelle Projekte im Bildungs- und Kulturbereich

23.11.2007 - 01.02.2008
Berlin

Olivier Vanderaa Citysnapper_5 [Berlin]

01.12.2007 - 12.01.2008
Berlin

Jeroen de Rijke / Wilem de Rooij

08.12.2007 - 13.04.2008
Düsseldorf

SICHTBETON, BETRACHTUNGEN. AUSGEWÄHLTE ARCHITEKTUR IN DEUTSCHLAND.

12.12.2007 - 18.01.2008
Stuttgart

Heute Besichtigung, kein Verkauf

15.01.2008 - 20.01.2008
Köln

GLASHAUS_06 Brand X. Franken Architekten

21.01.2008 - 29.02.2008
Berlin

GLASHAUS_06 Brand X. Franken Architekten

21.01.2008 - 29.02.2008
Berlin

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken – den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Ausstellung vom
21. Januar – 29. Februar 2008
Eröffnung: 18. Januar 2008, 19 Uhr
im DAZ_Glashaus,
Köpenicker Str. 48/49, 10179 Berlin
Öffnungszeiten: Mo - Fr 09:00 –19:00 Uhr
und nach Vereinbarung.
Der Eintritt ist frei.

<http://www.daz.de>

openPR Online, 11.12.2007, Autor: Redaktion



GLASHAUS 06_BRAND X. Franken Architekten

Pressemitteilung von: [Deutsches Architektur Zentrum](#)

PR Agentur: Deutsches Architektur Zentrum

(openPR) - Frankfurter Experten für Corporate Architecture präsentieren sich zum Jahresauftakt 2008 im Rahmen der GLASHAUS GLASHAUS-Reihe für junge Architekten im Deutschen Architektur DAZ

Ausstellung vom 21. Januar – 29. Februar 2008

Eröffnung: 18. Januar 2008, 19 Uhr

im DAZ_Glashaus, Köpenicker Str. 48/49, 10179 Berlin

Öffnungszeiten: Mo - Fr 09:00 –19:00 Uhr und nach Vereinbarung.

Der Eintritt ist frei.

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken – den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Deutsches Architektur Zentrum DAZ
Köpenicker Str. 48/49
10179 Berlin
Tel. 030-27 87 99 0
Fax 030-27 87 99 15
www.daz.de

BAUHELPER21 Online, 18.12.2007, Autor: Redaktion

BAUHELPER24 - DER BAU + HANDWERK BLOG

Hausbau, Bauen, Handwerker, Immobilien + Architektur...

GLASHAUS 06 BRAND X. Franken Architekten...

Frankfurter Experten für Corporate [Architecture](#) präsentieren sich zum Jahresauftakt 2008 im Rahmen der GLASHAUS GLASHAUS-Reihe für junge Architekten im Deutschen Architektur DAZ

Ausstellung vom 21. Januar – 29. Februar 2008

Eröffnung: 18. Januar 2008, 19 Uhr

im DAZ_Glashaus, Köpenicker Str. 48/49, 10179 Berlin

Öffnungszeiten: Mo - Fr 09:00 –19:00 Uhr und nach Vereinbarung.

Der Eintritt ist frei.

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „[Corporate Architecture](#), die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken – den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in [Berlin](#) und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Quelle : Deutsches Architektur Zentrum DAZ

Kultur-Online, 14.01.2008, Autor: Redaktion



[Startseite](#) » [Aktuell](#) [Suche](#) . [Agenda](#) . [Adressen](#) . [Künstler](#) . [Kontakt](#) . [Mitgliedschaft](#) .

Brandscaping Architecture: Franken Architekten im DAZ in Berlin

14.01.08 | [Aktuelle News](#)

«Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat», konstatiert DAZ-Direktorin und -Kuratorin Kristien Ring.

Mit dem Titel Brand X zeigt das Deutsche Architektur Zentrum DAZ nun im Rahmen seiner Glashaus-Reihe eine Ausstellung über die Projekte von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die sich mit diesem Thema beschäftigt haben. Die Ausstellung präsentiert Arbeiten, bei denen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken die Aufgabe des «Brandscaping» entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umgesetzt haben: den Arbeiten für BMW-Mini, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin sowie des Markenauftrittes des Münchner «Edelimbiss» Cosmogrill. Dabei wird das Glashaus selbst als «Infoskulptur» szenografisch inszeniert.

Ausstellung: 21. Januar 2008 bis 29. Februar 2008, Mo-Fr 9-19 Uhr

Vernissage: 18. Januar 2008, 19 Uhr

Ort: DAZ, Köpenicker Straße 48/49, Berlin



Franken Architekten: The Bubble

» [weiterempfehlen](#) | [Druckversion](#)

Technische Fachhochschule Berlin Online, 15.01.2008, Autor: Redaktion

TECHNISCHE FACHHOCHSCHULE BERLIN
University of Applied Sciences



Studiengang ARCHITEKTUR

Deutsch

Kontakt

Start

Studium

Personen

Forschung

Service

Galerie



Aktuelle Meldungen

Einführung

Geschichte

Aktuelles

Aktuelles: Lehrveranstaltungen

Veranstaltungen

Von: Prof. Peter L. Arnke vom 15.01.08

BRAND X Franken Architekten - Ausstellung im DAZ

In der Glashaus-Reihe des DAZ eröffnet am 18. Januar um 19 Uhr die Ausstellung BRAND X mit Arbeiten des Büros Franken Architekten. Die Ausstellung läuft vom 21. Januar - 29. Februar 2008 im DAZ in der Köpenicker Straße 48/49, Berlin. Öffnungszeiten: Mo-Fr 9:00-19:00 Uhr. Der Eintritt ist frei.

Infos: www.daz.de

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die

Technische Fachhochschule Berlin Online, 15.01.2008, Autor: Redaktion

Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

arcguide Online, 16.01.2008, Autor: Redaktion



16.01.2008 - Ausstellung
> **Glashaus_06 Brand X: Franken Architekten**
21. Januar 2008 - 29. Februar 2008 in Berlin



BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X.

Bild: BMW Take-Off, Flughafen München, 2003
(Foto von Reger Studios)

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

arcguide Online, 16.01.2008, Autor: Redaktion

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Eröffnung am Freitag 18. Januar 2008 im DAZ_
Glashaus

Ausstellung vom 21. Januar – 29. Februar 2008
Der Eintritt ist frei

Veranstalter
Deutsches Architektur Zentrum DAZ
Köpenicker Straße 48/49 Aufgang A, 10179 Berlin-
Mitte
Tel. +49 30 27 87 99 28, Fax +49 30 27 87 99 15
Email mail@daz.de

**[http://www.daz.de/sixcms_4/sixcms/detail.php?
object_id=29&area_id=2816&id=320317&template_id=10185](http://www.daz.de/sixcms_4/sixcms/detail.php?object_id=29&area_id=2816&id=320317&template_id=10185)**

© Konradin Relations GmbH

Baunet Online, 16.01.2008, Autor: Redaktion

Sie sind hier: [Homepage](#) > **BRAND X**

Ausstellung: Franken Architekten

21 Januar 2008 - 29 Februar 2008

Eröffnung: 18 Januar 2008, 19:00 Uhr, Glashaus

Öffnungszeiten: Mo-Fr 09:00 bis 19:00 Uhr

16. Jan 2008

Deutsches Architektur Zentrum DAZ | Köpenicker Str. 48/49 |
10179 Berlin | Tel. +49 30 278799-28



BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe am 18. Januar eröffnet wird und bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf dem Gebiet von Corporate Architecture liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinandergesetzt hat. Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. Im GLASHAUS_06 zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken - den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

<http://www.daz.de>

BauKalender Online, 15.02.2008, Autor: Redaktion

GLASHAUS 06_BRAND X. Franken Architekten

Ausstellungen, Vorführungen, Roadshows

Mo 21.01.2008 - Fr 29.02.2008

Frankfurter Experten für Corporate Architecture präsentieren sich zum Jahresauftakt 2008 im Rahmen der GLASHAUS-Reihe für junge Architekten im DAZ.

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr. Die DAZ-Glashaus-Reihe, eine Ausstellungsserie für junge Architekten, wird vom Bund Deutscher Architekten BDA und den Unternehmenspartnern Berker, Grohe, PUK-Werke und Trilux unterstützt.

[Weitere Informationen auf der Webseite des Veranstalters »](#)

Veranstaltungsort:

Deutsches Architektur Zentrum DAZ
Köpenicker Str. 48/49
10179 Berlin
Berlin
Deutschland

Veranstalter:

Deutsches Architektur Zentrum DAZ
Köpenicker Str. 48/49
10179 Berlin
Deutschland
Tel. (030) 27879928
Fax. (030) 27879928

E-Mail Adresse: mail@daz.de

Internet: <http://www.daz.de>

Ansprechpartner:

Frau Franziska Eidner
E-Mail Adresse: eidner@daz.de
Tel. (030) 27879928

culturebase Online, 15.02.2008, Autor: Redaktion

Ausstellung: Brandscaping Architecture

Deutsches Architektur Zentrum DAZ

Berlin [Mitte]

21.01.2008 bis 29.02.2008

>> www.daz.de

Mit dem Titel Brand X zeigt das DAZ nun im Rahmen seiner Glashaus-Reihe eine Ausstellung über Projekte von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die sich mit diesem Thema beschäftigt haben. Die Ausstellung präsentiert Arbeiten, bei denen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken die Aufgabe des „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umgesetzt haben. Dabei wird das Glashaus selbst als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Veranstalter: Deutsches Architekturzentrum

Designlines Online, 15.02.2008, Autorin: Katja Neumann

Designline Licht

Praxis



Space Odyssey

Autor: Katja Neumann

„Ground Control to Maximilianstraße“ – Hier, in Münchens renommiertester Gegend, hatte Rudolf Mooshammer seine Boutique, hier reihen sich Edeljuweliere an Luxus-Geschäfte, hier trifft sich die „Schickeria“. Und genau hier sorgt der Schnellimbiss Cosmogrill seit dem Sommer bei Münchener Nachtschwärmern und Gourmets gleichermaßen für Aufsehen. „Die letzte Imbissstube am Rande des Universums“, wie die Inhaber ihren Edelgrill gerne selbst bezeichnen, füllt mit Köstlichkeiten aus Fleisch, Fisch und Gemüse vom Tepanyaki Grill nicht nur eine Lücke im hungrigen Münchener Nachtleben, das spacig anmutende, extravagante Interiordesign und eine futuristische Lichtinstallation von Swarovski beamen die Gäste förmlich in eine andere Atmosphäre.

Inspiziert von der Raumfahrerästhetik zeichnet Christoph Kiening für das Gastronomiekonzept verantwortlich, der mit seinen Partnern Christian Elbes und Georg Ippen Münchens ersten Edelschnellimbiss eröffnete und so einen Beitrag zur kulinarischen Natur der Stadt bietet, die bisher nach 20 Uhr außer „fettig und billig“ oder Hochpreis-Snacken im Nobelclub nichts für den Hunger zwischen Club und Party zu bieten hatte. Einfach, schnell und gut lautet daher die Devise, mit der der Cosmogrill nun vorwiegend japanisches Essen aus biologischem Anbau bietet und das täglich von 11 bis 6 Uhr. Neben Wasabi-Tuna und Kobe-Rind sind hier aber auch Currywurst und Salate zu finden, dazu Champagner oder der exklusiv importierte Bio-Eistee „teany“, kreiert vom New Yorker DJ Moby – das alles selbstverständlich auch zum Mitnehmen.

„Cosmowand“ als Abbild des Sonnensystems

Entwickelt und umgesetzt wurde das Konzept von dem Frankfurter Architekturbüro Franken Architekten, das in den vergangenen Jahren durch spektakuläre Umsetzungen im Bereich der Corporate Architecture, wie beispielsweise die Installation „Take Off“ für BMW, bei der sich 360 verschiedene Lamellen als Simulation der Besucherströme durch die Eingangshalle des Münchner Flughafens schlängeln, mehrfach ausgezeichnet wurde. Für den Cosmogrill entwickelten die Architekten ein Band, das sich komplett um den 50 Quadratmeter großen Innenraum und den zentral positionierten Grill wickelt. Direkt gegenüber des Eingangs wird das auf das Band aufgedruckte zweidimensionale Raster zu einem

dreidimensionalen Relief, auf dem verzerrte Quader eine Art Raumkrümmungsdiagramm entstehen lassen. Stilistisch soll das Relief an die Siebziger-Jahre-Wandgestaltung aus der Raumfahrerzeit in Baikonur in Kasachstan erinnern, während die Form dieser sogenannten „Cosmowand“ mit Hilfe einer computeranimierten Simulation des Schwerefelds unseres Sonnensystems ermittelt wurde. Um diesen Effekt zu erzielen, wurden ähnliche jedoch individuell gefertigte Einzelelemente verwendet, die mit einer computergesteuerten Fünffachsfräse produziert wurden.

Lichtspiele durch Swarovski Kristalle

Aus der gleichen Simulation wurde auch die Form des in Zusammenarbeit mit Swarovski entwickelten, über dem Eingang schwebenden „Cosmo Lusters“ abgeleitet. Während die „Cosmowand“ die Materie als Positivform abbildet, visualisiert der Lüster die immateriellen Linien als Negativform aus Licht. Diese kosmische Konstruktion erstrahlt durch über 4000 STRASS® Swarovski® Kristalle. Mit Hilfe eines faseroptischen Systems werden die abgehängten schwarzen und transparenten Kristallketten beleuchtet, wodurch ein Maximum an Glitzereffekten erzielt wird, die sich magisch durch den Raum ziehen und die Wände mit facettenreichen Lichtspielen verzieren.

Der Cosmogrill bietet Platz für 25 Gäste, zehn davon stehend. Die Farbgebung in Weiß und einem dunklen Violett leitet sich standesgemäß vom Screendesign des Stanley Kubrick-Klassikers „2001 – A Space Odyssey“ ab. Dominiert wird der vergleichsweise kleine Innenraum von dem mit Edelstahl verkleideten Küchenblock, in dem sich auch der Grill befindet. Einem Edelimbiss angemessen werden die Frischwaren aus biologischem Anbau im Ausgabebretzen wie bei einem Juwelier in einer Glasvitrine präsentiert. Anschließend können die Gäste an den weißen Tischen Platz nehmen und alle irdischen Sorgen hinter sich lassen. Denn die Raumfahrerästhetik setzt sich bis ins kleinste Detail fort, sogar Tablett und Geschirr erinnern an Airline-Tableware.

Schon ein halbes Jahr nach der Eröffnung ist das Design des Cosmogrills mehrfach ausgezeichnet. So wurde die Gestaltung kürzlich mit dem red dot design award 2007 in der Kategorie Public Space sowie mit dem if product design award 2008 in der Kategorie Public Design ausgezeichnet, nominiert ist das Design für den Leaders Club Award 2007 für innovative Gastronomiekonzepte sowie für den LEAF International Design Award.

Der Markenauftritt des Cosmogrills ist neben weiteren Arbeiten des Architekturbüros Franken Architekten vom 21. Januar bis 29. Februar 2008 auch in der Ausstellung „Glashaus 06 Brand X“ im Deutschen Architektur Zentrum in Berlin zu sehen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert werden.

Links

Franken Architekten

www.franken-architekten.de

Swarovski

www.swarovski.com

Cosmogrill

www.cosmogrill.de

Kulturclub Online, 15.02.2008, Autor: Redaktion

GLASHAUS_06 Brand X

Franken Architekten im DAZ

event eingestellt von:

Deutsches Architektur Zentrum
DAZ

Noch keine Empfehlungen zu diesem Event.

[1. Beitrag schreiben](#)



BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist.

„Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06

ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum - sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt - die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken - den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill - wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

<http://www.franken-architekten.de>

<http://www.daz.de>

::: kulturkurier.de

[Startseite](#) » [Kulturkalender](#) » [Berlin](#) » [Veranstalter](#) » [Deutsches Architektur Zentrum DAZ](#) » [GLASH](#)

Berlin

[Programm](#)

[Newsletter](#)

[Restkarten](#)

[Premieren & Eröffnungen](#)

[Kulturnews](#)

[Terminsuche](#)

[Veranstalter](#)



GLASHAUS_06 Brand X

Franken Architekten im DAZ
Deutsches Architektur Zentrum DAZ

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist.

„Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X. GLASHAUS_06 eröffnet am Freitag, den 18. Januar 2007 um 19 Uhr.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Die Form des aus 360 verschiedenen Lamellen bestehenden Bandes wurde anhand einer Simulation der Besucherströme entwickelt und eröffnet dem Reisenden im Vorübergehen wechselnde Motive. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken – den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

<http://www.franken-architekten.de>
<http://www.daz.de>

Termine:

21.01.2008 bis 29.02.2008
Mo Di Mi Do Fr
Mo nis Fr von 9.00 bis 19.00 Uhr



Kulturstädte



Altenburg



Bad Arolsen



Celle



Grimma



Leonberg



Lichtenfels



M:AI Online, 15.02.2008, Autor: Redaktion



Ausstellung: Brandscaping Architecture

Deutsches Architektur Zentrum DAZ

21.01.2008 bis 29.02.2008

>> www.daz.de

Mit dem Titel Brand X zeigt das DAZ nun im Rahmen seiner Glashaus-Reihe eine Ausstellung über Projekte von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die sich mit diesem Thema beschäftigt haben. Die Ausstellung präsentiert Arbeiten, bei denen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken die Aufgabe des „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umgesetzt haben. Dabei wird das Glashaus selbst als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Veranstalter: Deutsches Architekturzentrum

Baunetzwoche, 65_2008, Autor: Benedikt Hotze

BRANDSCAPES

Einen nicht-temporären Hochbau haben sie bisher noch nicht errichtet. Ihr erstes dauerhaftes Objekt ist ein Werbeträger in einem Flughafen-Terminal. Franken Architekten besetzen eine spezialisierte Schnittstelle zwischen Architektur und Agentur: Sie entwickeln Außenraumskulpturen und Innenraumerzählungen für Marken. Wir haben uns den Entwurfsprozess an drei Beispielen angesehen.



Franken Architekten: Cosmogrill, München, 2006

← → 01 editorial | 02-03 buchvorstellungen | 04-13 special | 14-16 tips | 17 wort der woche

BAUNETZWOCHE'65 DDZ

Markenerlebnis, Sales Point, Hot Spot, Brandscapes, Corporate Design... Wer sich mit Franken Architekten unterhält, taucht begrifflich weit in die Welt der Werbe- und PR-Agenturen ein. Das ist in der Architekturszene bisher unüblich und dürfte bei so manchem Kulturkonservativen in diesem Berufsstand auch Naserümpfen hervorrufen. Denn bei Franken bekommt der Auftraggeber nicht bloß ein Gebäude, sondern eine komplette Kommunikationsleistung. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume sind die Aufgaben, und „Brandscapes“ ist der Begriff, unter dem Bernhard Franken sie zusammenfasst. Gebaute Landschaften für Marken also.

Architektur für Marken ist ziemlich genau das Gegenteil der Markenarchitektur internationaler Star-Architekten. Beim Bilbao-Effekt war erst die besondere Architektursprache da, das wiedererkennbare Markenzeichen des weltbekannten Architekten. Dann erst kam der Wunsch, ein solches Markenzeichen ebenfalls zu besitzen und an einem bisher unterprivilegierten Ort aufzustellen, um diesen durch den Glanz der Marke aufzuwerten. Gehry zieht unterdessen weiter und macht im nächsten Bilbao dasselbe.

Bei den Brandscapes ist das anders. Die Corporate Architecture sieht für jede Marke anders aus. Bernhard Franken unterscheidet hier interessanterweise zwischen drei verschiedenen Typen, je nach „Maß der Definition“ einer Marke:

Eine Marke wie BMW kennt jeder, niemand erwartet hier etwas Neues. Hier fährt Franken eine „Strategie der subversiven Techniken“, um die Marke wieder erkennbar zu machen. Davon soll noch die Rede sein. Dann gibt es Marken, „die durch Marktverschiebungen oder Portfolioveränderungen nicht mehr



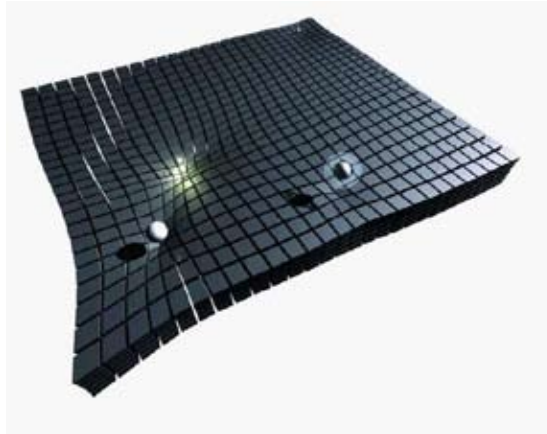
Franken Architekten: Home Couture, Berlin, 2004

angemessen positioniert sind“, wie es im besten Marketing-Deutsch heißt. Ein Beispiel: Dem Baustoffhändler Raab Karcher traut man vielleicht die Anlieferung von Heizöl oder Schüttgut zu, nicht aber die Ausstattung der Wohnung mit hochwertigen Designer-Fliesen und anderem Schnickschnack. Genau das will Raab Karcher aber mittlerweile verkaufen, und hat sich dafür von Franken Architekten 2004 nicht nur einen schicken Flagship-Store am Berliner Kurfürstendamm einrichten, sondern gleich den neuen Markenauftritt als „Home Couture“ mitkonzipieren lassen. Nun werden die Besucher in Lounge-ähnlicher Atmosphäre bewirtet, und schon werden die Fliesen gekauft...

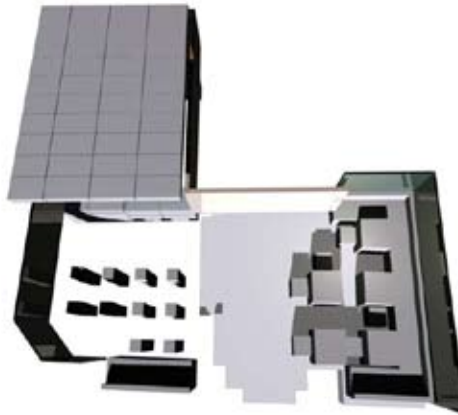
Cosmogrill

Der dritte Typ Marke ist diejenige, die es noch gar nicht gibt. Das war so beim Cosmogrill, wo Franken Architekten „von der Namensgebung über den Gründungsmythos und das räumliche Erscheinungsbild bis zur Corporate Identity eine Marke aus dem Nichts erschaffen“ konnten. Ein quasi religiöser Schöpfungsakt also – für einen Edel-Imbiss.

Der Auftraggeber wollte in München einen Schnellimbiss für Nachtschwärmer eröffnen. Da soll die Jeunesse dorée des jungen Ausgehpublikums Station machen, wenn sie zum P1 oder ins baby! fährt – und den Laden auch noch geöffnet vorfinden, wenn sie im Morgengrauen von dort zurückkehrt. Mehr Briefing gab es nicht, und so entwickelten die Architekten aus dem Sehnsuchts-topos des Nachtschwärmers, der ja stets auf der Suche ist, die Analogie zum Raumfahrermythos des Major Tom. Fertig war das Thema, und der Name wurde dann noch durch Inspiration der italienischen Raststätten-Marke „Autogrill“ gefunden.

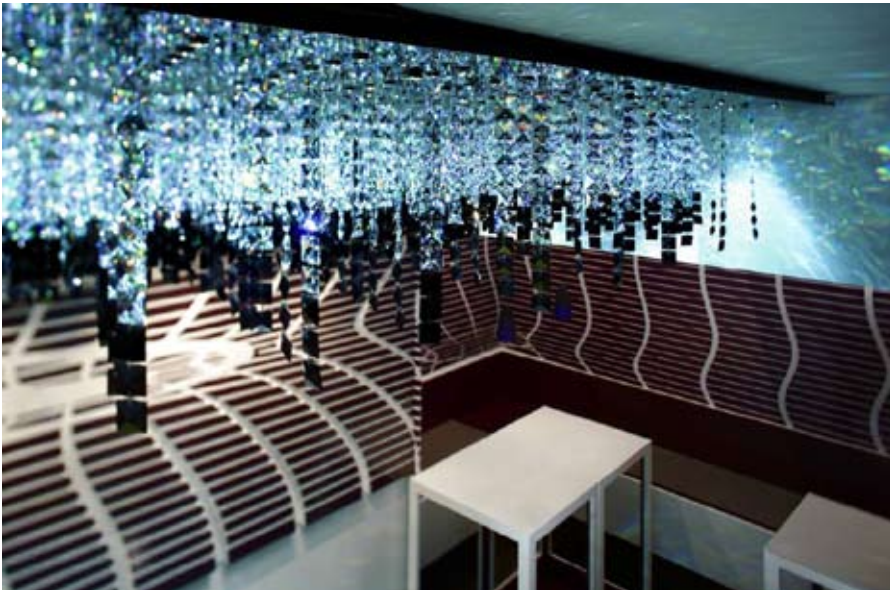


Cosmogrill: Ein Edelimbiss für Nachtschwärmer, entwickelt aus dem Sehnsuchts-Topos des Raumfahrers





Cosmogrill



Cosmogrill: Ein Kristalllüster vom Swarovski schwebt über dem Eingang und „visualisiert die Schwerelinien aus Licht“

„Der Cosmogrill ist die letzte Imbissstube am Rande des Universums, die finale Aufladestation vor der langen Nacht.“ Und so ergab sich dann die Form in der Beschreibung der Architekten: „Ein Band wickelt sich komplett um den Innenraum des Cosmogrills und den namensgebenden zentralen Grill. Die Gestalt dieser Cosmowand wurde mithilfe einer computeranimierten Simulation des Schwerfelds unseres Sonnensystems ermittelt.“ Die Daten zu den Massen der Planeten hatten sie sich aus dem Internet geholt. Und weiter: „Aus verzerrten Quadern entsteht ein Raumkrümmungsdiagramm. Das Band als gedruck-

tes zweidimensionales Raster wird teilweise zum dreidimensionalen Relief, das an ostmoderne 70er-Jahre-Wandgestaltungen wie aus der Raumfahrerstadt Baikonur in Kasachstan erinnert.“ Über dem Eingangsbereich schwebt ein Kristalllüster von Swarovski, „Cosmoluster“ genannt. Dieser „visualisiert die immateriellen Schwerelinien als Negativform aus Licht.“ – Der Cosmogrill auf der Rückseite der Maximilianstraße läuft gut. Die Betreiber erwägen inzwischen, einen Ableger in Wien zu eröffnen – völlig losgelöst von der Erde.



Take Off

Auch das „Luftraumobjekt“ Take off schwebt, nämlich seit 2003 im neuen Terminal 2 des Münchener Flughafens. Als „Kombination von Markenkommunikation und Kunstobjekt“ ist es ein Werbeträger für BMW, bestehend aus 365 fest unter der Decke montierten Metalllamellen. Wie ein riesiges, schillerndes Tier zieht sich das Objekt durch die Halle. Die Form ergab sich aus der Simulation der Besucherströme. Das Objekt soll „den Benutzern ein transitorisches Reiseerlebnis vermitteln, ihn auf Beschleunigung, Geschwindigkeit und Ortswechsel



Franken Architekten: Take off, München, 2003
Eine Kombination von Markenkommunikation und Kunstobjekt

links:
„Mockup“ auf der Baustelle

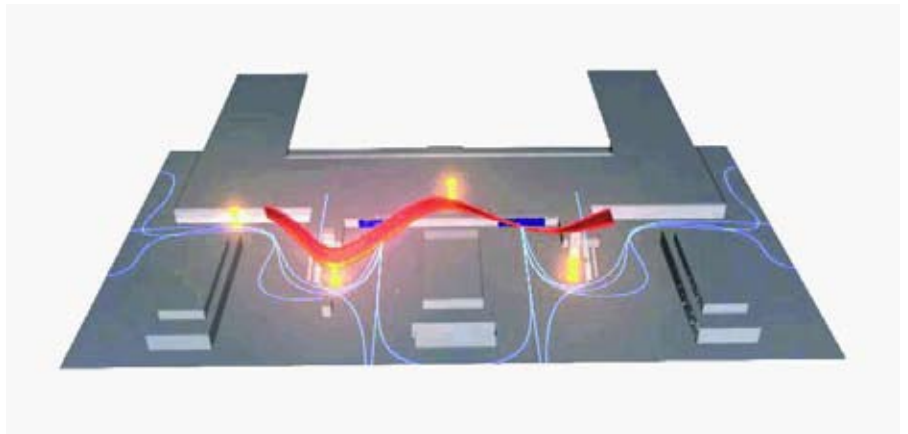
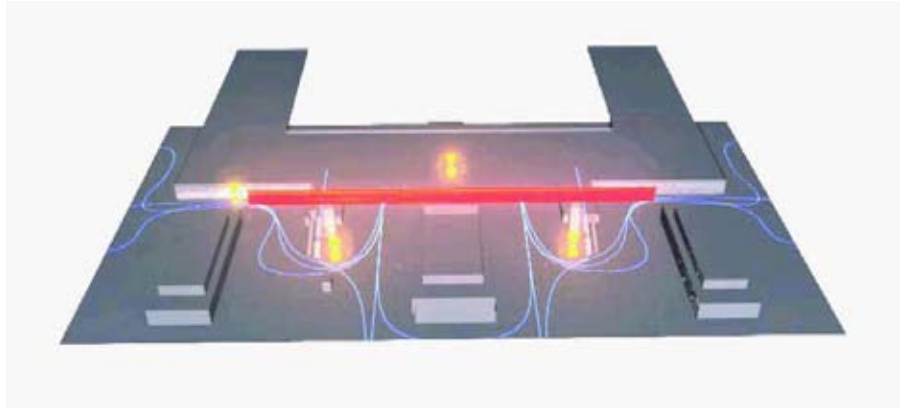
einstimmen. Die Idee eines Wechselbildes wird in eine Lamellenstruktur übersetzt, die beidseitig mit einem unterschiedlichen Bildmotiv bedruckt ist. Für Fluggäste wechselt das Motiv im Vorübergehen. Die kommunikative räumliche Wirkung wird erst durch die Bewegung des Betrachters ermöglicht.“

Die Architekten haben dafür so genannte „Hot Spots“ festgelegt – das sind Punkte, von denen aus das Lamellenbild besonders gut erfasst werden kann. Der Clou: Die Hot Spots sind den Taxiständen zugewandt, weil von dort die Business-Kunden erwartet werden. Die von den normalen Eingängen kommenden „Tante-Erna-Kunden, die zweimal im Jahr fliegen“ (Franken), sind für BMW dagegen nicht interessant.

Die Lamellen sind von der Formfindung bis zur Fertigung als vollständig parametrisiertes System behandelt worden: „Wie ein lebendes Gebilde: Alles ist voneinander abhängig und miteinander verzahnt“, sagt Bernhard Franken. Die Präzision der Lamellenstruktur soll BMW als „Ingenieursmarke“ kommunizieren. Sobald der Hersteller neue Automodelle anbietet, muss das Motiv ausgetauscht werden. Dazu werden neue Folien aufgeklebt. Klar, dass auch der Zuschnitt der Foliensegmente im Computer errechnet wird – als Parameter.

Catwalk

Zum BMW-Konzern gehört auch die Marke Mini – kaum weniger bekannt als die Muttermarke selbst. Als auf der IAA 2007 der neue Mini Clubman präsentiert werden sollte, spannte BMW Franken Architekten mit dem Kölner Künstler und Designer Mike Mairé zusammen. Entstanden ist Catwalk, ein „perspektivisch überhöhter Inszenierungsraum zwischen Mode, Kunst und Clubbing“ für die „Mini-



Take off: Formfindung durch Simulation von Besucherströmen. „Tante-Erna-Kunden“ bleiben unberücksichtigt



Franken Architekten und Mike Mairé: Catwalk, IAA Frankfurt, 2007

Hauptzielgruppe der Trendsetter aus den postmodernen Milieus“. Puh!

„Nicht Werbung, sondern Taten prägen Unternehmen“, ist das Credo von Mike Meiré. Für den Mini-Messeauftritt brachte er die Idee des Catwalk ein, des Laufstegs aus der Modebranche, der sich in einer „mit Molton zugetackerten“ (Franken) Black Box befindet. Franken Architekten steuerten dann die Bespielung der Wände durch 35 LED-Videoscreens bei. Die Bewegungen der Besucher werden getrackt und vermischen sich mit den Musikvideos eines VJs: „Da kommen dann Leute durch die Leinwand geflogen!“ Viele Besucher haben sich hier einfach hingesezt zum Chill out: „Die waren wie weggedröhnt“, erinnert sich Bernhard Franken.

Die Zusammenarbeit mit Mairé lobt er ausdrücklich: „Die Synergien sind spannender als das, was jeder für sich allein erreichen könnte. Er denkt in assoziativen Bildern, und unser Part als Architekten ist es dann, das räumlich umzusetzen.“ Ziel war die Mehrfachlesbarkeit, die verschiedene Deutungen zulässt. Welche denn? „Club, Kunstinstallation, Messestand...“

Nun noch ein Wort zu den Marken aus Bernhard Frankens erster Kategorie, den „gut eingeführten, durchdefinierten“ wie BMW oder Mini. Franken berichtet von rigiden CI-Vorgaben, mit denen der Auftraggeber eigentlich alles schon festgelegt hat. Hier geht es dann darum, die Vorgaben „subversiv auszuhöhlen“. Dazu bedarf es einer Salamtaktik: Mit jeder Besprechung entfernt man sich unter Zustimmung des Auftraggebers ein Stück weiter von den Vorgaben, um diese am Ende „kollabieren zu lassen“ und den Betrachter mit etwas Unerwartetem zu überraschen. In dieser Disziplin sind Franken Architekten augenscheinlich sehr gut. (Benedikt Hotze)



Catwalk

Mike Meiré über seine Installation auf der „imm cologne 2008“, den Begriff der Ritualarchitektur und warum auch das Bad stets eine Spur Esoterik verträgt: www.designlines.de



Video Catwalk, IAA 2007

Franken Architekten
www.franken-architekten.de

Video Catwalk, IAA 2007
www.meireundmeire.de

Ausstellung
 GLASHAUS_06 – Franken Architekten im DAZ
 bis 29. Februar 2008, Mo-Fr 9-19 Uhr
 Deutsches Architektur-Zentrum DAZ, Glashaus,
 Köpenicker Str. 48/49, 10179 Berlin
www.daz.de

nextroom Online, 18.03.2008, Autor: Redaktion

EN SK  NEUZUGÄNGEAWARDS BIBLIOTHEK SAMMLUNGEN PROFIL [ANMELDEN](#)**GLASHAUS_06 Brand X**
Franken Architekten im DAZ

VON **21.01.2008**
BIS **29.02.2008**
VERANSTALTER **DAZ**
ART **Ausstellung**
PLZ **10179**
ORT **Berlin**
REGION **Berlin**
LAND **Deutschland**

Eröffnung: 18.01.2008, 19:00

Deutsches Architektur Zentrum DAZ
Köpenicker Strasse 48/49
D-10179 Berlin [Karte anzeigen](#)

BRAND X ist eine Ausstellung von Franken Architekten (Frankfurt/Main), die im Rahmen der GLASHAUS-Reihe vom 21. Januar bis zum 29. Februar 2008 im Deutschen Architektur Zentrum DAZ zu sehen ist. „Corporate Architecture, die Übersetzung einer Unternehmensidentität in gestalteten Raum, ist ein Arbeitsfeld, das in der Architektur in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat“, so DAZ-Direktorin und Kuratorin Kristien Ring. „Mit Franken Architekten präsentiert GLASHAUS_06 ein Büro, das nicht nur immer wieder überzeugende und maßgeschneiderte Lösungen auf diesem Gebiet liefert, sondern sich auch intensiv mit deren Entstehungsprozess auseinander gesetzt hat.“ Diesen Prozess visualisiert das für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Büro in seiner Ausstellung BRAND X.

Franken Architekten haben sich selbst ein „Mission Statement“ formuliert: „Bauen, was unvorstellbar scheint. Einen Sinn für Möglichkeiten haben. Das verborgene Potenzial in jeder Aufgabe entdecken. Unverwechselbare Lösungen umsetzen.“ Vor diesem Hintergrund entstehen ihre Unternehmensarchitekturen. Messeauftritte, Ausstellungen und Präsentationsräume, die die Architekten um Bürogründer Bernhard Franken als „Brandscapes“ bezeichnen: „Brandscapes geben der unternehmerischen Vision des Auftraggebers einen Raum – sichtbar, begehbar, mit allen Sinnen erlebbar.“ Corporate Architecture made by Franken fällt auf durch spektakuläre Außenraumskulpturen und effektvolle Innenraumerzählungen. In den vergangenen Jahren hat vor allem die Installation Take-Off, die sich durch die Eingangshalle von Terminal II im Münchner Flughafen schlängelt, Aufmerksamkeit erregt und dem Büro zahlreiche Auszeichnungen und Preise beschert. Neben Take-Off haben Franken Architekten weitere Projekte für BMW entwickelt – die Inszenierung von BMW-MINI auf der Tokio Motorshow 2005 ist gerade für den Designpreis der BRD 2008 nominiert worden.

In der Ausstellung GLASHAUS_06 Brand X zeigen Franken Architekten exemplarisch an drei Marken – den Arbeiten für BMW-MINI, der Gestaltung des Flagshipstores Home Couture als Submarke für Raab Karcher in Berlin und des Markenauftrittes des Münchner „Edelimbiss“ Cosmogrill – wie sie die Aufgabe von „Brandscaping“ entsprechend den Aufgabenstellungen des Auftraggebers umsetzen. Dabei wird das Glashaus als „Infoskulptur“ szenografisch inszeniert.

Öffnungszeiten:

Mo - Fr 09:00 -19:00 Uhr und nach Vereinbarung.

Der Eintritt ist frei.

Weiterführende Links:

- DAZ
- Franken Architekten