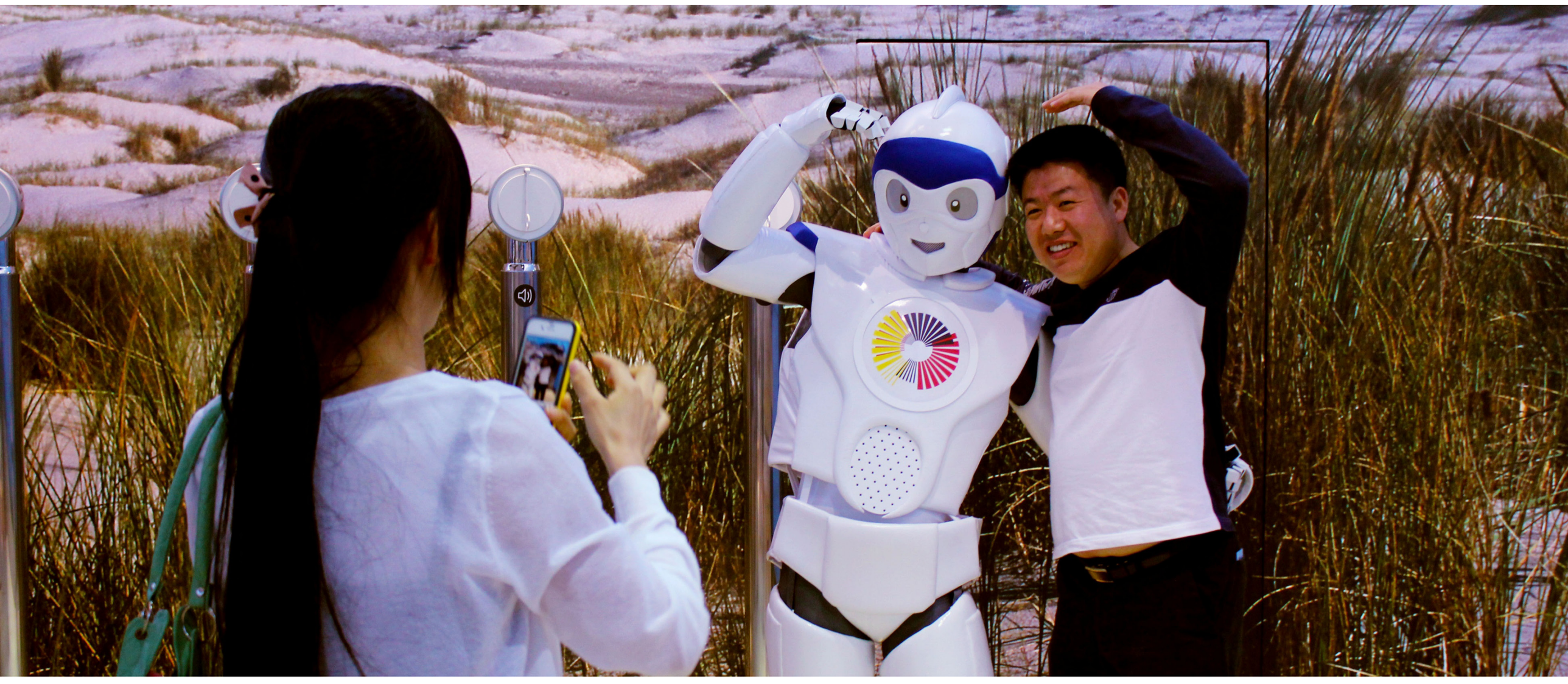

# Expo 2012 „The Living Ocean and Coast“

## ti communication unterstützt die Konzeption des Deutschen Pavillons

„The Living Ocean and Coast“ ist das Thema der Expo 2012 in Yeosu, Korea. Über 100 Staaten sind in diesem Jahr an der Weltausstellung beteiligt, darunter auch Deutschland. Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), organisiert von der Hamburg Messe und Congress (HMC) galt es deutsche Wissenschaft und Technik informativ und unterhaltsam aufzubereiten. Dabei wurde der Agentur facts and fiction die Aufgabe der konzeptionellen und inhaltlichen Gestaltung des Deutschen Pavillons zugesprochen. Um bei der Weltausstellung auch interkulturell zu überzeugen, wurde das Team von facts and fiction von ti communication Trainerin Suk-Geoung Han unterstützt.

Zu Beginn des Projekts stand die Frage, wie facts and fiction beim Pitch um die Realisation des Deutschen Pavillons für die Expo 2012 gewinnen und gleichzeitig den Erwartungen der koreanischen Besucher gerecht werden kann. Die Herausforderung bestand darin, den Pavillon so zu gestalten, dass auf der einen Seite deutsche Inhalte aus Technik und Wissenschaft vermittelt werden und auf der anderen Seite der Geschmack des überwiegend koreanischen Publikums sicher getroffen wird.

An diesem Punkt setzte ti communication Trainerin Dr. Suk-Geoung Han im Rahmen ihrer interkulturellen Beratung bei facts and fiction an und stellte die Unterschiede, die zwischen Deutschland und Korea in der Planung eines Expoauftrittes bestehen, in den Mittelpunkt der Konzeptarbeiten.

SEAVOLUTION 바다의 친환경적 진화

German Pavilion Expo 2012 Yeosu
2012 여수세계박람회 독일관

Copyright: facts and fiction GmbH (f+f)

Warum gehen Koreaner zu einer Ausstellung? Was zieht sie besonders an? Was wollen Sie erfahren? Wollen sie sich informieren oder unterhalten? Was wollen sie erleben?

Suk-Geoung Han sah bei der Beantwortung dieser sehr kulturell geprägten Fragen drei Besonderheiten, die sich wie ein roter Faden durch ihre interkulturelle Beratung zogen: Bildung, die koreanische Technologieaffinität und die Wichtigkeit von Symbolen.

Zunächst galt es zu beachten, dass der Bildung und dem Lernen in Korea traditionell eine extrem hohe Bedeutung beigemessen wird. Demzufolge wies die Trainerin in ihrer Beratung darauf hin, dass die Gestaltung der Exponate den Lernbedürfnissen aller Altersgruppen gerecht werden sollte.

Die Ausstellungsstücke wurden auch deshalb sehr interaktiv gestaltet. Und tatsächlich – die Besucher sind begeistert.

Weiter erklärte die ti communication Trainerin, dass die Koreaner sehr aufgeschlossen gegenüber neuen Technologien sind: „In kaum einem anderen Land ist das Internet so lückenlos verfügbar und die Menschen dementsprechend virtuell vernetzt wie in Korea. Selbstverständlich wurde die Technologieorientierung bei der Gestaltung des Pavillons großgeschrieben“, äußert sich Frau Han.

Auch die Wichtigkeit von Symbolen bzw. Maskottchen wusste Suk-Geoung Han in ihren Beratungsgesprächen zu betonen: „In Korea besitzt jede Institution, ja sogar jedes Event, ein eigenes Logo oder Maskottchen. mOftmals werden Anleitungen, Gebote oder

Copyright: Deutscher Pavillon / Sisco

Verbote anhand von Maskottchen versinnbildlicht. Der Gestaltung von entsprechenden Aushängeschildern kommt also eine besondere Rolle zu. Ich hatte in meiner Beratung darauf hingewiesen, dass ein Maskottchen spielerisch gestaltet und gleichzeitig einen hohen Abstraktionsgrad aufweisen sollte.“

Dank der Offenheit und der kulturellen Sensibilität von facts and fiction und nicht zuletzt der interkulturellen Beratung von ti communication ist das Projekt in Korea ein voller Erfolg. Dies wird durch die positiven Stellungnahmen des Ausstellungsteams vor Ort und durch zahlreiche Feedbacks im Internet, auch in koreanischen Blogs, nachdrücklich belegt. Eine Japanerin, die bisher fast alle Weltausstellungen besuchte, bezeichnete den Deutschen Pavillon, der übrigens „Seavolution“ getauft wurde, als den besten der Expo 2012. Wer sich selbst von dem Ergebnis überzeugen möchte, hat noch bis zum 12. August die Gelegenheit dazu.

# Kontakt


**ti communication GmbH**
Königsstrasse 4, 93047 Regensburg, Deutschland

Tel.: +49 (0)941 599 38 77 0
Fax: +49 (0)941 599 38 77 55

**regensburg@ticommunication.eu**

**ti communication Dr. Fischhof GmbH**
Leopold-Rister-Gasse 5/67, 1050 Wien, Österreich

Tel.: +43 (0)1 545 12 36
Fax: +43 (0)1 545 12 36 77

**wien@ticommunication.eu**

**ti communication Representative Office**
Huaning International Plaza, South Tower - Unit 2701, 300 Xu-anhua Road, 200050 Shanghai, China

Tel.: +86 (0)21 510 88 95 9
Fax: +86 (0)21 515 61 34 1

**shanghai@ticommunication.eu**

**www.ticommunication.eu**

**FACEBOOK.ticommunication.eu | XING.ticommunication.eu | BLOG.ticommunication.eu | TWITTER.ticommunication.eu**