

Das Wichtigste in Kürze:

Das Thema: Wasser als Schnittstelle – Virtual Reality und Wassererlebnisse

Das Projekt: Dornbracht Research Lab / Wiederaufnahme zur Design Biennale Zürich

(29. August – 1. September 2019)

Experience Space und Installation: Mike Meiré

Virtual-Reality-Anwendungen: Meiré und Meiré in Kollaboration mit Elastique.

„Virtual Cleansing“: Dornbracht erforscht virtuelle Wassererlebnisse

Iserlohn, Juli 2019

Neue Welten und Erfahrungen jenseits der Wirklichkeit: Virtual und Augmented Reality gehören zu den zentralen Technologietrends. Auch für das Erleben von Wasser bieten sie großes Potential, wie Dornbracht auf dem Fuorisalone 2019 gezeigt hat. Unter dem Titel „Is Memory Data?“ stellte der Premium-Armaturenhersteller während der Mailänder Designwoche ein neues, experimentelles Format vor: das Dornbracht Research Lab. Im Rahmen der Design Biennale Zürich wird das Projekt erneut gezeigt.

Mit dem ersten Research Lab hat Dornbracht einen neuen, zukunftsweisenden Weg für die Produkt- und Markenentwicklung eingeschlagen. „In Zeiten immer kürzer werdender Entwicklungszyklen müssen wir iterativ und disziplinübergreifend an Themen arbeiten“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Andreas Dornbracht. „Das Research Lab ermöglicht es uns, bewusst ergebnisoffen zu experimentieren und aus unseren Beobachtungen weiterführende Fragestellungen abzuleiten.“

Das Format, das an die langjährigen Culture Projects von Dornbracht anschließt, dabei jedoch einen noch progressiveren Ansatz verfolgt, ist als fortlaufende Serie konzipiert. Vier Begriffe fassen das Konzept zusammen: „Exploration. Experiment. Experience. Engagement.“ So spielen neben dem experimentell-forschenden Charakter auch der Dialog mit dem Nutzer und das partizipatorische Moment eine wichtige Rolle.

Auftakt Mailand: eine Reise in die Zukunft des Bads

Wie können neue Technologien die Begegnung mit dem Element Wasser transformieren, bereichern oder gar ersetzen? Diese Fragestellung war Ausgangspunkt des ersten Dornbracht Research Labs.

Zentrales Exponat war die VR-basierte Installation „Hyper Fountain“: Ein augenscheinlich provisorischer Aufbau, bestehend aus einem simplen Plastikeimer und einem Wasserschlauch, der sich jedoch mit Aufsetzen der VR-Brille in eine futuristische Szenerie verwandelte. Der Eimer wurde zum Marmorbecken, der Wasserschlauch zu einer Supernova Armatur von Dornbracht.

In diesem virtuellen Szenario konnten die Besucher mit neuen, unerwarteten Darreichungs- und Erscheinungsformen von Wasser experimentieren. Während Wasser aus dem Schlauch über die Hände strömte, erlebten sie in der virtuellen Realität Schmetterlinge und Spinnen, flüssiges Gold, Münzen und andere surreale Texturen.

Zwischen Realität und Virtualität

„Interessant war für uns zu beobachten, wie das menschliche Gehirn diese widersprüchlichen Reize auflöst“, erklärt Creative Director Mike Meiré, der das Dornbracht Research Lab initiiert und konzipiert hat.

„Viele Besucher haben plötzlich Dinge physisch wahrgenommen, die in der Realität nicht da waren, zum Beispiel das Kitzeln kleiner Spinnen auf der Haut. Oder sie haben auch dann noch Wasser über ihre Hände fließen gespürt, wenn es längst ausgestellt war.“

In Kurzinterviews wurden Teilnehmer im Anschluss an die Experience nach ihren Eindrücken befragt. Viele empfanden das Eintauchen in die virtuelle Realität als beruhigend, als könne man tatsächlich vorübergehend aus dem Alltag heraustreten. „Ich war danach viel ruhiger, als wäre mein Puls heruntergegangen“, berichtete eine Besucherin. Eine andere empfand ein starkes Glücksgefühl. „Ich habe mich die ganze Zeit glücklich gefühlt. Ich konnte nicht aufhören zu lachen. Angst hatte ich überhaupt nicht, nicht einmal vor den Spinnen.“

Neue Perspektiven für Bad und Spa

Diese Beobachtungen öffnen den Blick dafür, was Virtual Reality in Zukunft leisten könnte. „Es ist vorstellbar, dass wir mithilfe von Virtual Reality die Wirkung von Wasser erheblich steigern können und Erlebnisse schaffen, die unsere Sinne auf eine ganz neue Weise ansprechen“, so Andreas Dornbracht. „Wenn wir sensorische Empfindungen auslösen können, ohne dafür tatsächlich Wasser einsetzen zu müssen, dann ergeben sich daraus zudem hochinteressante Perspektiven für einen sparsameren und nachhaltigen Umgang mit dieser Ressource.“

Im Hinblick auf die Gestaltung von Räumen ergänzt Mike Meiré: „Bislang steht uns ein begrenztes Repertoire an Materialien und Texturen zur Verfügung – wie Marmor, Stein und Glas. Diese lassen sich zwar immer wieder neu konfigurieren, jedoch sind der Gestaltungsfreiheit natürliche Grenzen gesetzt. In der virtuellen Realität sind diese Grenzen aufgehoben. Nahezu alles erscheint möglich.“

Fortsetzung in Zürich

Vom 29. August bis zum 1. September 2019 wird das Dornbracht Research Lab im Rahmen der Design Biennale Zürich fortgesetzt. Die Installation ist Teil der Gruppenausstellung am Hauptstandort Werkstadt Zürich in der großen Werkhalle.

Über Dornbracht

Die Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG mit Hauptsitz in Iserlohn ist ein international agierender, familiengeführter Hersteller hochwertiger Design-Armaturen und -Accessoires für Bad/Spa und Küche. Der Dornbracht Marken-Claim „Culturing Life“ greift die langjährige Auseinandersetzung mit diesen Lebensräumen auf und erweitert das Fundament aus Design- und Wasserkompetenz: Technologischer Fortschritt im Sinne von Vernetzbarkeit und Komfort, sowie Prävention im Sinne von Gesundheit und Wohlbefinden prägen die Markenausrichtung und Produktentwicklung der Zukunft. So gestaltet – kultiviert – Dornbracht das Leben immer wieder neu. Das langjährige Kulturengagement im Rahmen der Culture Projects liefert Dornbracht dafür kontinuierlich neue Impulse und treibt die Innovations- und Technologieführerschaft in Bad und Küche voran. Mit dem intelligenten, offenen System Smart Water hat Dornbracht als einer der Ersten die Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung auf diese Lebensräume übertragen. Dornbracht ist Teil der Dornbracht Group, die mit Alape zwei Premiumanbieter für Bad und Küche vereint. Die Begeisterung für innovative Technologien sowie Manufakturqualität auf höchstem Niveau wird in der Group von mehr als 1.000 Mitarbeitern tagtäglich gelebt.

Mehr von Dornbracht im Internet:

kitchen.dornbracht.com - dornbracht.com - instagram.com/dornbracht_official -
linkedin.com/company/dornbracht - pinterest.com/dornbracht - twitter.com/dornbracht -
facebook.de/dornbracht - youtube.com/dornbracht

Über Mike Meiré

Als routinierter Grenzgänger zwischen den Disziplinen wechselt Mike Meiré kontinuierlich zwischen den Positionen des Brand und Art Directors, des Designers, des Kurators und Künstlers. Mit seiner Agentur Meiré und Meiré prägt er seit über 25 Jahren die Markenführung und Kommunikation des Unternehmens Dornbracht. Als Initiator der Dornbracht Culture Projects kuratiert Mike Meiré nicht nur ausgewählte Kulturprojekte, sondern entwickelt auch eigene künstlerische Beiträge für die Marke. Dazu zählen neben dem „E-R-S Energetic Recovery System“ und „Noises for Ritual Architecture“ auch „The Farm Project“ (2006-2010), welches u.a. zum Salone del Mobile in Mailand und zur Art Basel/Design Miami präsentiert wurde, sowie die Ausstellung „Global Street Food“, die im Buckminster Fuller Dome auf dem Vitra Campus und auf den Passagen zur imm Cologne zu sehen war.

Kollaborationspartner Elastique.

Die Virtual-Reality-basierte Installation „Hyper Fountain“ wurde in Zusammenarbeit mit Elastique. konzipiert und realisiert. Elastique. ist eine Design-Agentur mit Sitz in Köln und entwickelt führende Projekte im Bereich der Marken- und Innovationskommunikation, wie z.B. Brand Spaces, digitale Exponate, Installationen, Film.

Dornbracht Press Office:

Meiré und Meiré, Andrea Ruppert / Jan-Patrik Frohn, Lichtstr. 26-28, 50825 Köln,
T. +49(0)221 57770-408 / -410, E-Mail: a.ruppert@meireundmeire.de / j.p.frohn@meireundmeire.de

Ihr Kontakt bei Dornbracht:

Karen Heese-Brenner / Inga Liesenjohann, Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn,
T. +49(0)2371 433-2118 / -2169, E-Mail: kheese-brenner@dornbracht.de / iliesenjohann@dornbracht.de