

Das Wichtigste in Kürze:

Das Thema: Dornbracht startet das neue experimentelle Format "Dornbracht Research Lab" im Rahmen des Fuorisalone 2019 in Mailand

Das Projekt: "Is memory data?" – eine immersive Installation zum Thema Wasser als Schnittstelle Experience Space und Installation: Mike Meiré

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

Dornbracht Research Lab – "Is memory data?"

Iserlohn/Mailand, 8. April 2019

Wie können neue Technologien die Begegnung mit dem Element Wasser transformieren, bereichern oder gar ersetzen? Dieser Fragestellung widmet sich Dornbracht im Rahmen des Fuorisalone in Mailand (9.–14. April 2019). Im Kontext einer immersiven VR-Installation können Besucher Wasser als Schnittstelle erleben – zwischen Mensch und Technologie, zwischen realer und virtueller Erfahrung. Das Projekt unter dem Titel „Is memory data?“ bildet den Auftakt für ein neues, experimentelles Format: das Dornbracht Research Lab.

Mittelpunkt des ersten Lab-Projekts ist die Virtual-Reality-basierte Installation „Hyper Fountain“. Mithilfe einer VR-Brille können Besucher in eine hyperreale Welt eintauchen, in der sie Raum, Materie und insbesondere das Element Wasser auf ungekannte Weise erleben.

Was sich in der Realität als provisorischer Aufbau aus einem simplen Plastikeimer und einem Schlauch präsentiert, erscheint in der virtuellen Welt als futuristische Hochglanz-Szenerie: Der Eimer wandelt sich zu einem Marmorbecken, der Wasserschlauch zu einer Supernova Armatur von Dornbracht. Ein radikaler Kontrast, der das Oszillieren zwischen Virtualität und Realität besonders deutlich vor Augen führt.

In diesem Szenario kann der Besucher innerhalb des virtuellen Raumes mit neuen, unerwarteten Darreichungs- und Erscheinungsformen von Wasser experimentieren. „Man spürt, wie das Wasser über die Hände läuft, die Augen aber machen eine ganz andere Erfahrung“, erklärt Mike Meiré. An dieser Stelle erschließe sich auch der zunächst enigmatisch anmutende Titel des Projekts „Is memory data?“.

„Der Titel spielt auf grundlegende Fragen an, die wir uns im Prozess gestellt haben“, so Meiré. „Kann eine virtuelle Erfahrung die gleiche Reaktion in uns bewirken wie ein tatsächliches, physisches Erleben? Sind Erfahrungen im Grunde Daten, die wir erzeugen, reproduzieren und letztlich auch manipulieren können? Uns interessiert, ob und wie sich gelernte Erfahrungsmuster verändern lassen und wie wir unsere Wahrnehmung neu konditionieren können.“

Das Dornbracht Research Lab verfolgt einen iterativen, forschenden Ansatz. Bewusst ergebnisoffen, widmet sich das Format Fragestellungen, die auf die langfristige Vision der Marke einzahlen: Wassererlebnisse zu schaffen, die den Menschen in elementarer Weise berühren. In dieser Hinsicht knüpft es an die langjährige Auseinandersetzung der Marke mit Wasser, Ritualen und Kultur im Bad im Rahmen der Dornbracht Culture Projects an.

„Die Culture Projects haben uns zu neuen Fragestellungen rund um das Bad geführt“, so der geschäftsführende Gesellschafter Andreas Dornbracht. „Durch die Beschäftigung mit Ritualen rückte immer mehr die Frage in den Mittelpunkt, wie Wasseranwendungen einen Beitrag zum Wohlbefinden leisten können. Dementsprechend haben wir in den letzten Jahren viele Anwendungen entwickelt, die entsprechende Mehrwerte bieten und für die der Bedarf vor 25 Jahren noch überhaupt nicht absehbar war.“

Im Rahmen des Fuorisalone werden zwei frühere „Culture Projects“ neu interpretiert und erlebbar gemacht: Zum einen „Noises for Ritual Architecture“ (2008), das durch Virtual Reality ein Update erfährt. Ebenso wie die gegenwärtige Installation in Mailand reflektierten auch die von Mike Meiré initiierten und

von Carlo Peters komponierten Soundscapes bereits damals das Verhältnis von Raum, Materialität und Bewegung.

Zum anderen wird das „E-R-S Energetic Recovery System“ aus dem Jahr 2002 in Mailand reaktiviert. Die Original-Installation – eine „Pipeline“ zur Bewusstseinsreinigung – wird als Augmented-Reality-Duplikat zu sehen sein: ein Verweis auf das prozess- und ritualhafte Prinzip der Reinigung sowie das bewusstseinsverändernde Potential von Wasser.

Das neue Format eines „Labs“ folgt einem ähnlichen Ansatz wie die Dornbracht Culture Projects – „nur, dass unsere heutigen Fragestellungen deutlich komplexer sind“, so Andreas Dornbracht. Da sich Entwicklungszyklen immer mehr verkürzten, könne Marktforschung in dieser Form nur dann funktionieren und schnell genug Ergebnisse produzieren, wenn man disziplinübergreifend und iterativ an Themen arbeite.

Was es für das Bad bedeutet, wenn virtuelles Erleben an die Stelle der physischen Erfahrung tritt oder diese zumindest erweitert, erklärt Andreas Dornbracht so: „Ganz pragmatisch gedacht: Wenn wir heute Wasser nicht nur für die Reinigung, sondern auch für unser Wohlbefinden und für präventive Anwendungen einsetzen, so ist mithilfe virtueller Erlebnisse vorstellbar, die Wirkung von Wasser zukünftig signifikant zu steigern und zu erweitern – und dies mit deutlich effizienterem Wasserverbrauch.“

Dornbracht Research Lab: Is memory data?
Spazio Brera, Via Fiori Chiari 28 / Via Pontaccio 19

9. – 12. April 2019, 10 – 21 Uhr
13. – 14. April 2019, 10 – 19 Uhr

Follow@dornbracht_official
#dornbrachtresearchlab

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 / Bettina Hornemann / Inga Liesenjohann / Anke Siebold-Laux, Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn, T. +49(0)2371 433-2118 / -2108 / -2169 / -2143
E-Mail: kheese-brenner@dornbracht.de / bhornemann@dornbracht.de / iliesenjohann@dornbracht.de / asiebold-laux@dornbracht.de