



# TOUR 1999

November 1999

## **LAB.01 DISCOVER THE NEXT**



### **LAB.01 ist das DaimlerChrysler-Projekt zur EXPO 2000**

#### **LAB.01 auf Tour**

- > Eine mobile Science-Ausstellung für Kinder und Jugendliche im Vorfeld der EXPO
- > Die Tour führte von Sommer bis November 1999 durch vier deutsche und zwei europäische Städte

#### **LAB.01 auf der EXPO 2000**

- > Highlight im Kinder- und Jugendprogramm zum Themenfeld Technologie
- > Permanente Ausstellung in Halle 2

#### **LAB.01 – ein innovatives Projekt an der Schnittstelle von Zukunftstechnologie und Popkultur**

- > Vermittlung von Zukunftstechnologie im Lebensumfeld von Jugendlichen
- > Hands-on-Inszenierungen und Workshops für erlebnishaftes Lernen

**LAB.01 motiviert Jugendliche, sich an der Gestaltung der Zukunft zu beteiligen und eigene Perspektiven zu entwickeln**

## ERLEBNISHAFTES LERNEN



### LAB.01 - eine Ausstellung zum Mitmachen, Zukunft zum Anfassen

- > Hands-on-Exponate zum Erforschen und Experimentieren
- > Aktiver Zugang zu naturwissenschaftlichen und technischen Themen
- > Junge Coaches erläutern den Jugendlichen die Themen und Exponate
- > Workshops eröffnen eigene Gestaltungsmöglichkeiten

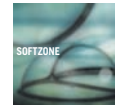
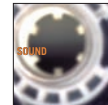
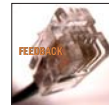
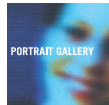
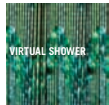
### LAB.01 – ein neuer Ausstellungstypus

- > Mobile Science-Ausstellung für Jugendliche
- > Neuartige Verknüpfung von Zukunftstechnologie und Popkultur
- > Anbindung an Alltagskultur

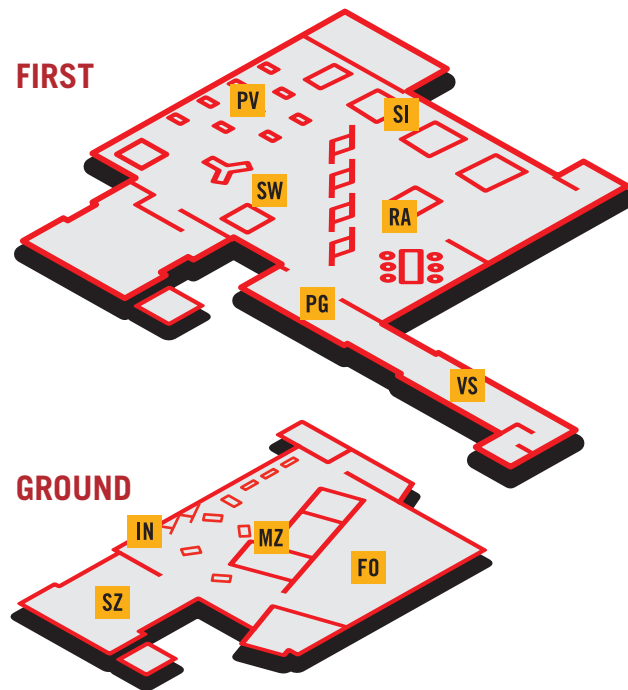
Konzept durch internationale Experten bestätigt  
(z.B. Exploratorium San Francisco)



# DIE AUSSTELLUNG



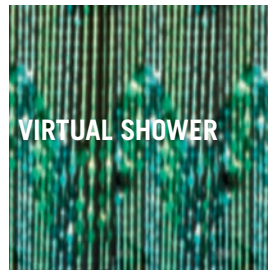
Die Ausstellung LAB.01 gliedert sich in zehn thematisch definierte Erlebnisräume



VS VIRTUAL SHOWER  
 PG PORTRAIT GALLERY  
 SW SIMULATED WORLD  
 PV PERSONAL VISIONS  
 SI SHELF OF INVENTIONS  
 RA ROBOTIC AREA

MZ MEDIA ZONE  
 IN INFORMERS  
 SZ SOFTZONE  
 FO FORUM

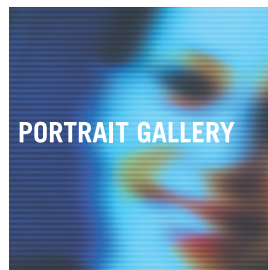
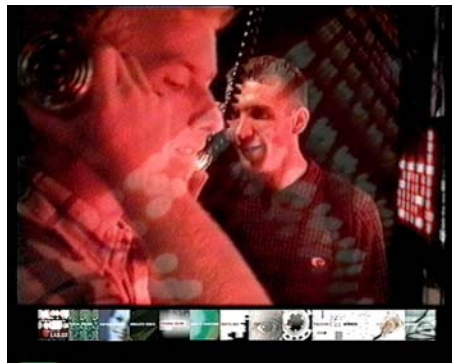
## AUSSTELLUNG: ERLEBNISRÄUME IM OG



### Virtual Shower

*„Die Welt ist immer unterwegs. Und mittendrin wir.“*

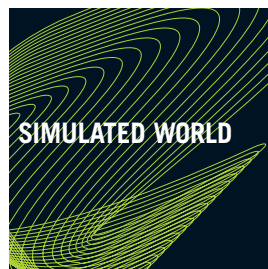
- > Emotionale Lichtschleuse als begehbare Videoclip
- > Besucher sind von Bewegungsströmen umgeben, z.B. Verkehrsströmen, Molekülbewegungen, rotierenden Galaxien, Datenströmen etc.



### Portrait Gallery

*„Das ist unsere Welt: denn nur durch uns lebt sie.“*

- > Porträtfotos von Jugendlichen stellen die Besucher ins Zentrum der Ausstellung
- > Besucher-Statements als LED-Laufschrift und in Toninstallationen (Dosen-Speaker)



### Simulated World

*„Simulation als Werkzeug für Forschung und Entwicklung“*

- > 3D-Cinema mit Beispielen von Wettersimulationen bis zur Simulation der Weltraumstation ISS
- > Virtuelle Verkehrsplanung im Mobilitätsspiel "Mobility"
- > Hands-On-Exponate: Tornado (simulierter Wirbelsturm), Magic String (Frequenzmuster)

## AUSSTELLUNG: ERLEBNISRÄUME IM OG



### Personal Visions

*„Eigener Erfindungsgeist eröffnet neue Berufsperspektiven im Umfeld neuer Technologien.“*

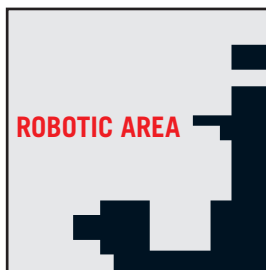
- > 100 visionäre Berufsideen als wechselnde Diaprojektion
- > 8 fiktive Lebensläufe werden in inszenierten Objekt-Stelen näher beleuchtet:  
z.B. Traffic-Navigator, Interface-Designer oder Weltraumarchitekten
- > Feedback-Steile für eigene Berufsideen



### Shelf of Invention

*„Jede Erfindung beginnt mit dem Wagnis, etwas Neues zu denken.“*

- > Erfindungen/Innovationen aus den Bereichen: “Energy”, “Bionik/Neue Materialien”, “Mikro-Nano”, “Image-Communication”
- > Interaktive Hands-on-Exponate, z.B.: Brennstoffzelle, Mikrohubschrauber, Diamantskalpell (Innovation des Jahres 1998), Datenhandschuh für Gehörlose
- > Inszenierung knüpft an Lebenswelten der Jugendlichen an, z.B. Snakeboard, Music-Assistant etc.

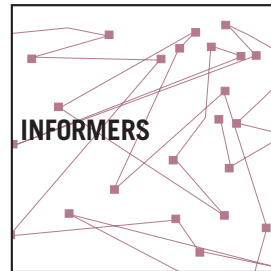


### Robotic Area

*„Das Zeitalter der Roboter ist bereits da!“*

- > Autonome mobile Systeme in unstrukturierter Umgebung
- > Khepera-Zoo: drei kleine Khepera-Roboter sortieren Bälle, die von den Besuchern eingeworfen werden
- > Robokits: jüngere Besucher montieren Roboter-Bausätze, die mit verschiedenen Sensorik-Systemen ausgestattet sind

## AUSSTELLUNG: ERLEBNISRÄUME IM UG



### Informers

*„Immer empfangsbereit, jederzeit auf Sendung.“*

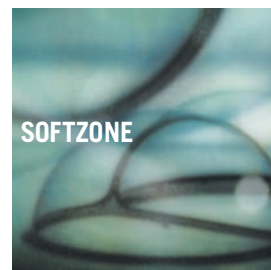
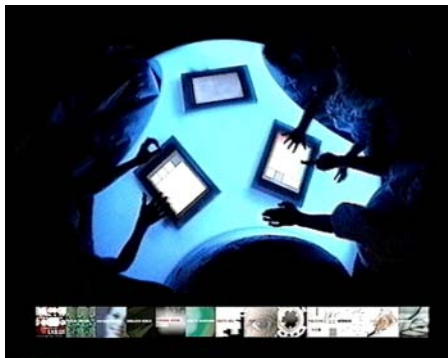
- > Multimedia-Terminals mit aktuellen IT-Themen (Networks / Mobile Kommunikation / Traffic Management)
- > ausgewählte Websites zu den Ausstellungsthemen
- > LAB.01 Homepage <[www.lab01.com](http://www.lab01.com)>



### Feedback

*„Leave a message to the future.“*

- > Besucher können Statements oder Botschaften zum Projekt eingeben
- > Ausgewählte Statements laufen in der Portrait Gallery und auf der EXPO 2000

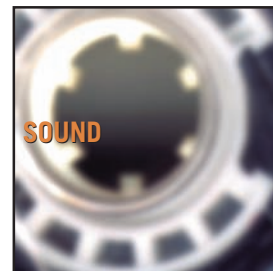
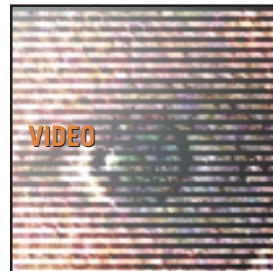


### Softzone

*„You gotta chill!“*

- > Rekreations- und Reflektionsraum im LAB.01
- > Ambient-Projektionen, Licht und Klang können über Touch-Screens verändert werden

*“Nicht nur wir selbst verändern uns, sondern auch die Art, wie wir miteinander kommunizieren.”*



## AUSSTELLUNG: ERLEBNISRÄUME IM UG



### Video

*„Director’s Cut! Selber Regisseur sein.”*

- > Workshop mit Anmeldung: Produktion eigener Videoclips unter Anleitung von jungen Coaches
- > Präsentation der Ergebnisse auf der „open stage“-Bühne

### Sound

*„Mixmaster Me! Mein selbstgemischtes Stück Musik.”*

- > Workshop mit Anmeldung: Produktion eigener CDs unter Anleitung von jungen Coaches
- > Präsentation der Ergebnisse auf der „open stage“-Bühne

### Publishing

*„X-press yourself! Eigene Ideen mit Druck.”*

- > Workshop mit Anmeldung: Produktion von Plakaten, Flyern, CD-Covers etc. unter Anleitung von jungen Coaches
- > Präsentation der Ergebnisse auf der „open stage“-Bühne

## FORUM / RAHMENPROGRAMM

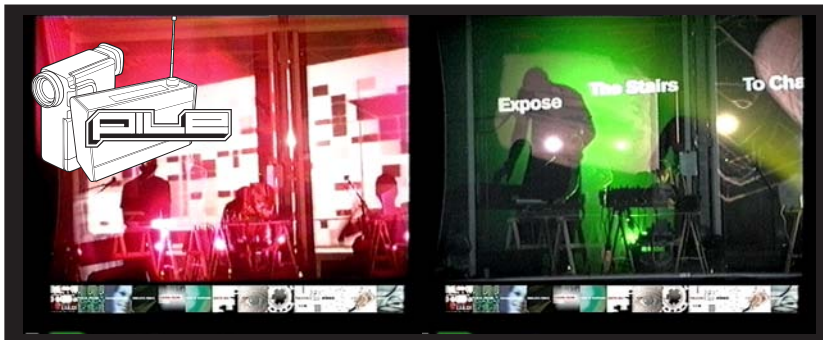


### Das Forum als Schauplatz für Veranstaltungen und Präsentationen

- > „Open stage“: Besucher präsentieren spontan ihre in der Media Zone angefertigte „Arbeiten“
- > Talks: eingeladene Experten diskutieren mit Jugendlichen über zukunftsrelevante Themen

### Exkursionen „zu Orten, an denen die Zukunft bereits begonnen hat“

- > Teilnehmer besuchen Technologiestandorte oder zukunftsweisende Arbeitssituationen, die sonst nur schwer zugänglich sind
- > Exkursionen werden filmisch begleitet und im Forum vorgestellt.

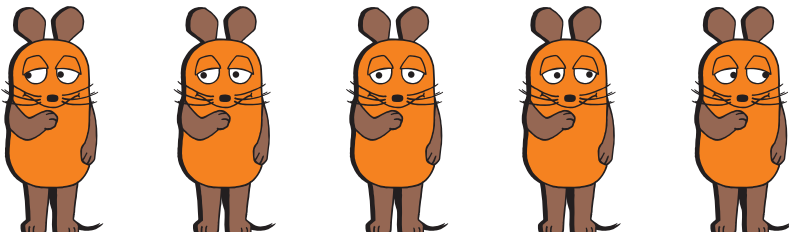


### Abschlußkonzert

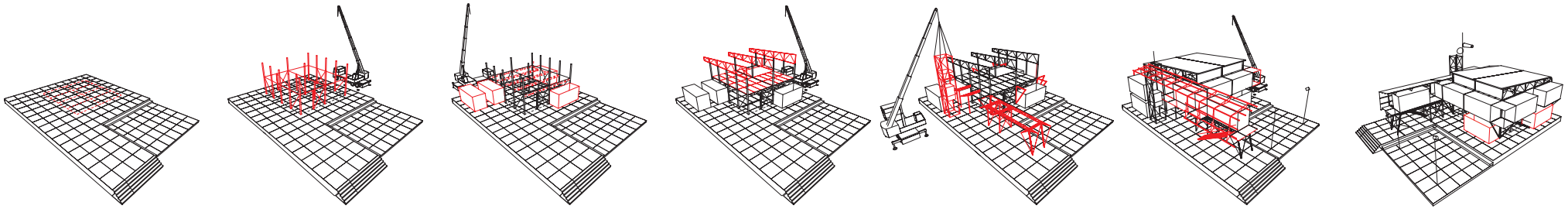
- > Audiovisuelle Live-Performance der Band Pile: positive Impulse internationaler Dancefloors
- > Motto: „Listen: to see – See: to listen – Come: to experience!“

### Kindertag

- > Jeweils am letzten Veranstaltungstag als Vorschau auf das Kinderprogramm der EXPO 2000
- > kids.LAB mit Workshops und interaktiven Exponaten zum spielerischen Experimentieren – Maus-Show des WDR



# ARCHITEKTUR



## Die Architektur unterstreicht den mobilen Charakter des Projektes



- > Container fügen sich als mobile Bausteine zu einem architektonischen Ereignis zusammen
- > Container als Ausstellungsräume und als Transportbehältnisse für die Exponate
- > Erweiterungen durch angedockte Container auf Stelzen, Aufgangstreppe, Aufzugsturm, Abgangstreppe

### Kapazität

- > Gesamtfläche 500 qm auf zwei Ebenen
- ca. 2.000 Besucher pro Tag



The World Exposition  
Germany

World Partner  
DaimlerChrysler AG



## DIE TOUR



### Mobilität ist Programm und Leitmotiv der Ausstellung

- > Unterwegs in die Zukunft beginnt Mobilität im eigenen Kopf
- > Tour als Plattform für die Darstellung innovativer Ideen und Perspektiven
- > spannende und visionäre Beiträge als Antworten auf die Herausforderungen des nächsten Jahrhunderts

### LAB.01 unterwegs

- > Ein Jahr vor der EXPO begann die Tour durch sechs Städte in Deutschland und Europa: Berlin, Köln, Hamburg, Warschau, Dresden, Barcelona
- > Ziel und Höhepunkt ist der Auftritt auf der EXPO
- > Auf Tour wirbt LAB.01 für die EXPO 2000

### Lokaler Bezug

- > Im Rahmenprogramm treffen lokale Künstler und Wissenschaftler zusammen
- > Lokale Institute öffnen sich für LAB.01 Exkursionen
- > Exponate von lokalen Künstlern ergänzen die Ausstellung
- > LAB.01 sammelt Sounds, Videos, Printkultur und Statements der Jugendlichen in jeder Stadt

## TOUR KONTAKTE



Berlin



Warschau



Köln



Dresden



Hamburg



Barcelona

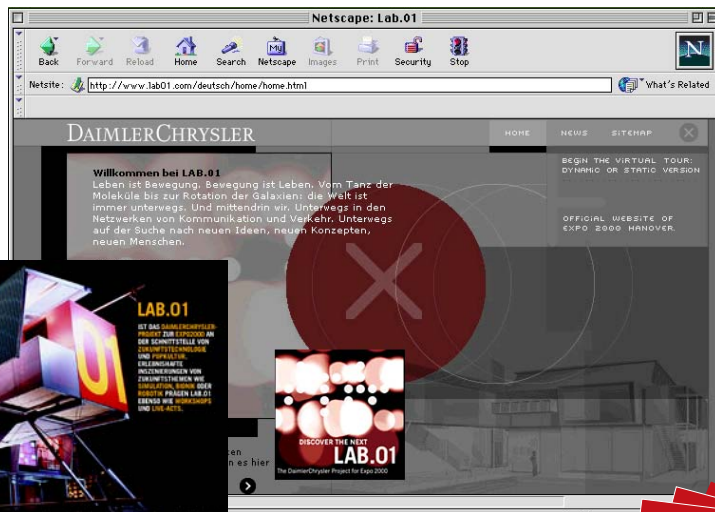
## Medienresonanz

|                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| Print, regional | 39.851.091        |
| Print, national | 13.979.833        |
| Online-Medien   | 7.777.571         |
| TV              | 19.675.000        |
| Radio           | 12.953.300        |
| <b>Total</b>    | <b>94.241.795</b> |

## Besucher

|              |               |
|--------------|---------------|
| Berlin       | 10.549        |
| Köln         | 21.504        |
| Hamburg      | 10.589        |
| Warschau     | 15.725        |
| Dresden      | 25.885        |
| Barcelona    | 15.282        |
| <b>Total</b> | <b>99.534</b> |

# KOMMUNIKATIONSMIX



## Internet

> Unter [www.lab01.com](http://www.lab01.com) ist das Projekt virtuell und interaktiv erlebbar

## Plakat

> In Schulen und Szene-Treffs informieren Indoor-Plakate über den lokalen Auftritt von LAB.01

## Flyer

> Flyer werben zielgruppengerecht in der Szene

## Folder

> Ein Ausstellungs-Folder wird pro Tourstation aktualisiert

## Themenmanagement

> PR-Maßnahmen und Medienkooperationen verankern LAB.01 glaubwürdig in den Medien

