



Neues BASF-Besucherzentrum eröffnet

In diesem „Raum“ werden die Besucher empfangen und „begrüßt“.

Chemie zum Anfassen

Am 21. März wurde im Beisein regionaler Prominenz das neue BASF-Besucherzentrum in Ludwigshafen feierlich eröffnet. Die Berliner Attraction Designer von *flying saucer* haben die neue Ausstellung geplant und realisiert. Sie erstreckt sich auf rund 2.000 Quadratmeter über fünf Etagen.

In der Ausstellungs- und Erlebnisdramaturgie von *flying saucer* wird die besondere Lage des Besucherzentrums aufgegriffen. Es steht an der Grenze vom Werk zur Stadt. Die daraus abgeleitete Grundidee definierten die Ausstellungsmacher wie folgt: „Die Besucher pendeln auf dem Weg durch das Gebäude zwischen ihrer Lebenswelt (Stadtseite) und der Welt des Unternehmens (Werkseite). Sie lernen den Konzern BASF am weltweit größten Verbundstandort kennen und werfen mit ihm einen überraschenden und spannenden Blick hinter die Kulissen des täglichen Lebens. Der oft unsichtbare Beitrag der sehr breiten und innovativen Produktpalette zum persönlichen Alltag und professionellen Nutzen wird so vermittelt.“

BASF investierte rund 10 Mio. Euro in den Umbau des Gebäudes zum neuen Besucherzentrum. Das Unternehmen begrüßt jährlich rund 50.000 Besucher aus aller Welt – das Besucherzentrum soll neben vielen Good Vibrations vor allem

einen visuell und multimedial gut aufbereiteten Eindruck von der Kompetenz und dem Leistungsspektrum des Unternehmens vermitteln. Die Ausstellung ist multimedial und interaktiv – Erlebnisraum und klassische Ausstellung in einem: Auf rund 2.000 Quadratmetern ermöglicht modernste Informationstechnik interessante Einblicke in die BASF und die Welt der Chemie. Über 150 interaktive Exponate laden ein zum selbständigen Erkunden. *Alexander Bresinsky*, Geschäftsführer von *flying saucer*, kommentierte zur Ausstellung: „Die BASF ist ein hochkomplexes und vielschichtiges Unternehmen. Wir wollen diese Vielfalt an Produkten, Konzepten, Menschen, Ideen und Visionen für die Besucher am »Standort Zukunft« in Ludwigshafen erlebbar und verständlich machen. So entstand eine Mischung aus Science Center, Erlebnisraum und einer klassischen Ausstellung. Mit einer abwechslungsreichen Gestaltung und dem Wechsel von überraschenden Exponaten und innovativem Medieneinsatz bauen wir kommunikative Brücken. Wir übersetzen Fachwissen in verständliche Worte und Bilder und stellen immer wieder Bezüge zum Alltag der Besucher her.“

Auch Ministerpräsident Kurt Beck zeigte sich beeindruckt vom neuen Besucherzentrum: „Ludwigshafen und die BASF gehören seit über 140 Jahren untrennbar

zusammen. Diese Verbundenheit wird mit dem neuen Besucherzentrum in besonderer Weise dokumentiert.“

Zentrum der Ausstellung ist ein dreimal zwei Meter großer Multimediatisch. Ohne das Gebäude verlassen zu müssen, kann man hier das weltweit größte zusammenhängende Chemieareal erkunden: Eine Reliefdarstellung des Standorts wird von oben mit Videoprojektoren bespielt und liefert dem Besucher interessante und überraschende Einblicke in das Stammwerk. (SP)

New BASF Visitor Centre Opens Chemistry at Your Fingertips

On the 21st of March, the new BASF visitor's centre in Ludwigshafen (Germany) was officially opened. The Berlin attraction designers from flying saucer were responsible for the planning and execution of the new exhibition, which covers around 2,000 square metres spread over five floors. flying saucer's exhibition and adventure picks up on the specific context of the visitor's centre. It is located on the outskirts of the factory premises, accessible from town. BASF invested around ten million euros in converting the building. The company welcomes around 50,000 visitors from all over the world each year. In addition



Chemie ganz praktisch: Im „Haarlabor“ kann der Besucher sein virtuelles Antlitz mit einer Haarpracht schmücken. Währenddessen werden auf dem Bildschirm auch Informationen über Haarstyling-Produkte eingeblendet.

Der rheinland-pfälzische Ministerpräsident Kurt Beck (li.) und Dr. Harald Schwager, Werksleiter, versuchen sich gemeinsam an der Knallgasrakete.



to good vibrations, the visitors' centre also aims to transmit a well constructed, multimedia impression of the company's competence and range of services. The multimedia exhibition has a number of interactive features making it both an adventure space and classical exhibition in one. The most modern information technology gives visitors an interesting insight into BASF and the world of chemistry. Over 150 interactive exponents invite guests to embark on a voyage of self-discovery. Alexander Bresinsky, Managing Director of flying saucer, says about the exhibition: "BASF is a highly complex, multi-tiered company. We want to make this variety of products, concepts, people, ideas and visions come alive for visitors to the 'futuristic' centre in Ludwigshafen in a way that helps them understand what BASF does. We therefore chose to combine the features of a science centre, adventure space and classical exhibition. We are building communicative bridges through varied design and surprising exponents interspersed with innovative media approaches. We translate specialist knowledge into images and words that are comprehensible, and can be related to the visitors' everyday life."