

Pressemitteilung 2018.06

Weltmeisterliches in Dortmund

Seit 2015 präsentiert das Deutsche Fußballmuseum in der Revierstadt Dortmund des Deutschen liebsten Sport. Ton, Bild, Medien und darin integrierte Objekte entführen die Besucher in die magischen Momente, der über 140 Jahre alten Geschichte des deutschen Fußballs. Für die Emotionen, die viel beschworenen Gänsehauterlebnisse eingeschlossen, haben nicht zuletzt die Spezialisten für visuelle Medientechnik der SIGMA gesorgt.

Wo früher ein öder Busbahnhof ein nicht gerade architektonisches Glanzlicht der Revier- und Fußballmetropole Dortmund bildete, erhebt sich heute ein 90 Meter, an ein Schiff erinnernder futuristischer Bau. Weithin sichtbar die LED-Fassade, die mit ihren unterschiedlichen Modi den Besuchern einen ersten Einblick in das Ausstellungserlebnis gibt. Lichtimpulse im Boden schießen Richtung Eingang und geleiten sie ins Foyer des Deutschen Fußballmuseums. Seit Oktober 2015 erzählt es auf einer Gesamtfläche von 7.000 Quadratmetern die spannende Geschichte voller Triumphe und abgrundtiefer Dramen des deutschen Fußballs. Im Dortmunder Fußballtempel können Besucher und Fans aus aller Welt das Gesamtphänomen inklusive der gesellschaftlichen, kulturellen und ökonomischen Facetten des Fußballs erfahren. Ein Sport, von dem der legendäre Trainer des FC Liverpool Bill Shankly gesagt haben soll: „Einige Leute halten Fußball für einen Kampf auf Leben und Tod. ... Ich versichere Ihnen, das es weit ernster ist.“

Das Museum und seine Präsentationen erzielen eine Wirkung - und zwar nicht nur bei den Besuchern aller Altersklassen, sondern auch bei den Juroren dreier wertvoller Museumspreise, für die das Dortmunder Haus 2017 nominiert wurde. Einer davon ist der „Museum of the year Award“ (Emya), ältester und renommiertester Wettbewerb dieser Art. Eindrucksvoll in Szene gesetzt werden die emotionalen Seiten des Fußballs durch innovative Medientechnik des Düsseldorfer Spezialisten SIGMA. Auf vier Etagen kommen über 150 Medienplayer und PCs in einem vernetzten System zum Einsatz. So wird möglich, vermittelt durch Monitore, zu beweisen, warum die magischen Momente des Fußballs ein ganz besonderes Museum brauchen. Wie der gelbe Spielball von Bern, den sich Bundestrainer Sepp Herberger nach dem 3:2 Sensationssieg gegen die Ungarn von allen seinen Weltmeistern unterschreiben ließ. Untermalt von tröpfelndem Regen, der Nationalhymne in einer Violinen-Fassung und der unvergesslichen Stimme des Reporters Herbert Zimmermann: „Rahn schießt - Tor! Tor! Tor! Halten Sie mich für verrückt, halten Sie mich für übergeschnappt ...“.

„Wir haben hier nicht nur Fußballschuhe hinter Glas, die wir in Isolationshaft stellen“, zitiert die Berliner Zeitung Museumsdirektor Manuel Neukirchner (50). Vielmehr „vernetzen wir Formate mit Kulissenbau, mit Sound im Raum, mit Lichtinstallationen, mit viel Medieneinsatz, mit vielen Interaktionen.“ Neukirchner fasst zusammen: „Das alles ergibt ein Format, das es so vielleicht noch nicht gegeben hat. Kurz Museum 2.0.“

Ein Dribbling durch die deutsche Fußballgeschichte

Ein Ausstellungsbereich widmet sich komplett der Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien. In einer mitreißen- den digitalen, interaktiven und analogen Inszenierung wird die Geschichte vom vierten deutschen Weltmeis- tertitel erzählt. Wer erinnert sich nicht an diesen magischen Moment am 13. Juli 2014 im Maracanã-Stadion

zu Rio de Janeiro? Es ist die 113. Minute im Finale Deutschland gegen Argentinien. Schürrle flankt von links, Götze stoppt den Ball mit der Brust und schießt ihn per Drehschuss im Fallen schräg ins lange Eck des argentinischen Tores. Deutschland ist zum vierten Mal Weltmeister. Im Deutschen Fußballmuseum liegt der Schuh des Siegtorschützen in einer Vitrine. An den Stollen klebt noch trockenes Gras des Rasens von Maracanã. Im Zentrum der Präsentation steht ein gigantischer Ball mit einem Durchmesser von vier Metern. Er wird von zehn Projektoren multimedial bespielt. Im Hintergrund des Balles projizieren zusätzlich neun Hochleistungsprojektoren packende Bilder auf ein gebogenes Medienband. Inklusiv Götzes Torschuss und den weisen Originalworten des Bundestrainers Joachim Löw: „Das letzte Unberechenbare ist der Ball.“ Ein weiterer Bereich ist dem deutschen Vereinsfußball gewidmet – inklusive aller Höhen und Tiefen, Rekorde und Kuriositäten. Eine aus nahezu rahmenlosen Displays bestehende Bildwand nimmt den Besucher mit auf eine Zeitreise durch die Geschichte der höchsten deutschen Spielklasse. Im „Bundesliga-Karussell“ erlebt der Fan mit drei projizierten Bildern eine effektvolle Fahrt, auf der er magische Momente des Fußballs noch einmal fast hautnah empfinden kann. Die spektakulären und einzigartigen Präsentationen haben das Museum inzwischen zu einem der meistbesuchten Häuser der Rhein-Ruhr-Region gemacht. „Die Herausforderung bestand für uns nicht nur darin die Medientechnik in die jeweiligen Exponate zu integrieren, sondern auch die Programmierung so zu gestalten, dass Interaktionen intuitiv vom Besucher genutzt werden können, um so sein Erlebnis zu vervielfachen“, beschreibt Volker Schräger-Enkirch, Inhaber von SIGMA, die hohen Ansprüche, die die Museumsmacher und Architekten an die Dienstleistung seines Unternehmens stellten.

Qualität, Transparenz und ganzheitliche Projekte

Einer der Partner des DFB bei der Realisierung des anspruchsvollen Präsentationskonzeptes war das Düsseldorfer Unternehmen SIGMA. Es verkauft und installiert individuell auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Medientechnik. Seit der Gründung 1977 hat sich SIGMA zu einem Gesamtdienstleister mit den Geschäftsbereichen Handel, Vermietung und Betreuung von Veranstaltungstechnik, Wartung und Service sowie Content-Produktion entwickelt. „Heute ist es wichtig, visuelle Interaktivität mit dem oder für das Kundenprodukt zu erzeugen“, beschreibt Schräger-Enkirch die Anforderungen, denen sich sein Unternehmen immer wieder stellen muss. Ebenso sprechen für SIGMA die Qualitätsansprüche der Mitarbeiter an ihre Arbeit. „Sie lieben Technik, kümmern sich um neueste Technologien, brennen darauf, neue Einsatzmöglichkeiten auszuprobieren und sich den physikalisch-technischen Herausforderungen zu stellen, die an uns herangetragen werden“, sagt Schräger-Enkirch.

Dank dieser Leistungsphilosophie ist es den Düsseldorfer Spezialisten für Medientechnik gelungen, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. So arbeitet SIGMA seit 25 Jahren mit dem japanischen Elektronikonzern Panasonic zusammen. Die Düsseldorfer Messe ist seit über drei Jahrzehnten Kunde. Von Beginn seiner Tätigkeit in Düsseldorf an setzt der Mobilfunkriese Vodafone auf die Dienstleistungen von SIGMA. Zuvor hatte das Unternehmen bereits Mannesmann D2 jahrelang betreut. Multifunktionale Präsentationstechnik von SIGMA steckt auch im 2012 fertiggestellten 19-stöckigen Hochhaus des Vodafone Campus in der NRW-Landeshauptstadt.

Ganzheitliche Projekte mit Architekten und Planern

Eine intensive Kooperation, möglichst direkt vom Beginn eines Projektes an, mit Architekten und Medienplanern ist nicht nur für den Erfolg entscheidend, sondern spart auch Kosten. Schließlich spielen heute Medientechnik eine viel bedeutendere Rolle in der Architektur als noch vor wenigen Jahren. Wie mit gemeinsam vorausschauender Planung multifunktionale Gebäude entstehen können, die ihre Besucher faszinieren, zeigt die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fußballmuseum.