

Multi-medial aufgepeppte Werbe-Show

FR, Pfingsten 2000

Im Expo-Themenpark präsentiert sich die Chemie-Industrie als Retterin des überbevölkerten Planeten Erde

Von Isabel Rodde

„Chemie ist Leben“, raunt eine Frau den Besuchern ins Ohr, „du bist Chemie.“ Die Stimme tönt aus einem Dolby-Surround-Kragen, den lächelnde Hostessen den Fahrgästen des „Hightech-Zugs durch die Welt der Chemie“ um den Hals legen. Schauplatz: Der Themenpark „Mensch“ in der Halle 7 des Expo-Geländes.

Die Chemische Industrie ist einer der Haupt-Sponsoren der Ausstellung, die sich ansonsten mit Hirn- und Genom-Forschung, Bevölkerungsentwicklung und Fragen menschlicher Solidarität beschäftigt. Der eigene Ausstellungsbeitrag der Industrie heißt „Chemidrom“ und ist die Besucherattraktion. Schon von außen ist der „einzige Ride der Expo“ – ohne Superlative läuft hier nichts – der Hallen-Blickfang. Acht computergesteuerte Züge, bestehend aus jeweils fünf knallbunten „Molekül-Waggonen“, fahren durch eine 250 Meter lange glitzernde Stahlröhre, die in fast drei Metern Höhe einmal um die ganze Ausstellungslandschaft führt.

Innen ist der Parcours mit multimedialen Installationen gespickt. 25 Videoprojektoren, 30 Monitore, künstlichen Regen und diverse Duffeffekte bieten die Ausstellungsmacher auf, um gut Wetter für die chemische Industrie zu machen. „Die Chemie sieht sich heute mit einer extrem kritischen Öffentlichkeit konfrontiert“, weiß Kreativdirektor Robert Müller. Das „Chemidrom“ soll helfen, das ramponierte Image wieder aufzubessern.

Los geht es also, vorbei an violetten Nervensträngen, mitten hinein in die „Computerzentrale des Lebens“. Auch Liebe und Anziehung beruhen lediglich auf biochemischen Prozessen, erklärt die Stimme von vorhin. Auf einer Leinwand präsentiert eine Frau ihre wohlgeformten Rundungen,

Blitze funkeln und der dazugehörige Mann ergibt sich den chemischen Folgen. Die vermeintliche Idylle dauert allerdings nicht lang: Bunt-glitzernde Bakterienwerfer lauern schon darauf, üble Feuchtigkeit zu verspritzen. Der dazugehörige Monitorwald mit fröhlichen Kindergesichtern beginnt zu weinen. Zum Glück sind die Segnungen der chemischen Industrie allerdings nicht weit. Im „Theater der Errungenschaften“ kommt die Bahn vor einer schillernden Projektionsfläche zu stehen. Im Zwei-Sekunden-Takt fliegen hier die erfolgreichsten Produkte der letzten 100 Jahre vorüber: Aspirin und Kunstdünger, Persil und Nylon-bestrumpfte Damenbeine.

Doch schon warten neue Aufgaben. Rechter Hand erscheint ein lang gestreck-

ter Tisch: Am einen Ende ist er für wenige Esser reich gedeckt, an der anderen Seite sitzen viele um eine einzige Reisschale. Die Stimme der virtuellen Begleiterin wird hektisch. Bald schon würden zehn Milliarden Menschen auf der Erde leben, Schädlinge zerstörten die Ernten, die Folgen würden die armen Länder schon heute spüren. Die bange Frage: Wann trifft es uns? Die beruhigende Antwort: Gentechnik hilft. Und weiter geht's, vorbei an Kühlschränken, Air-Bags und DVD-Playern. Mit umweltfreundlichen Produkten wird die chemische Industrie unsere Welt wieder in Balance bringen, lautet die Botschaft, große Balken-Waagen demonstrieren es. Auf durchsichtige Ballons, gefüllt mit gentechnisch verändertem Reis, wer-

den lachende Kindergesichter projiziert, neben blauwuchernden Krebszellen dreht sich eine bunte Doppel-Helix: Die Gentechnik hilft Krankheiten erkennen. Die achteinminütige Fahrt endet schließlich mit einer „Sinfonie des Lebens“. Gewaltige Streicherklänge untermalen eine Cinemaskop-Projektion: Auf eine fulminante Explosion folgen Großaufnahmen von aufblühenden Rosen und Computerchips. Auf Knopfdruck sprießen Sonnenblumen, Kinder malen Herzen – auch Fingerfarben sind Chemie – und schöne Frauen tragen schöne Stoffe über den Modesteg. Die letzten Meter des Parcours zeigen noch einmal den Menschen der Zukunft: Ein Forscher mit einer digitalen Rundumbrille, in seiner Hand eine Vielzahl von Molekül-Modellen.

26 Millionen Mark hat sich der Verband der Chemischen Industrie seinen Ritt kosten lassen. Herausgekommen ist dabei eine multi-medial aufgepeppte Werbe-Show, wie sie plumper kaum sein könnte. Besonders erwachsene Besucher zeigen sich enttäuscht: Wie man bloß soviel Geld für eine so platte „Micky-Maus-Werbung“ ausgeben könne, ereifert sich ein Mediziner aus Süddeutschland. Und auch die Gruppe junger Studentinnen aus Bielefeld fühlt sich durch die „Geisterbahnfahrt“ in erster Linie behelligt: „Außer Gentechnik ist prima ist da doch nichts gewesen.“ Allein dem zwölf-jährigen Dominic aus Uelzen hat die Fahrt rundum gefallen: „Die Effekte, alles hat geglitzert und sich gedreht.“ Viel behalten hat er ansonsten nicht, nur, dass Chemie „irgendwie gut ist“.

Sollte das Kalkül der chemischen Industrie also doch aufgehen? „Wenn junge Familien bei uns erkennen, dass sie überall von ganz ungefährlicher Chemie umgeben sind“, meint VCI-Sprecherin Daniela Döring, „dann haben wir unser Ziel erreicht.“



Mit der Halskrause im Computer-Zug durchs Chemidrom.

(Bild: Ingo Wagner/dpa)