

SELLERBECK**RAUMKULINARIK**

GESCHMACKSPROBEN





EAT CITY 2022/2023

»Park des Friedens auf der Keksfabrik«

Ein Ort der Erinnerung und der Freiheit auf dem Grundstück der Schinkelschen Bauakademie

Team: Matthias Schlotmann, Schlotmann Architekten, Jörg Sellerbeck, Raumkulinarik

Die Idee: Als Signature Dish für den Frieden wird das »Zukunfts-Cookie« gebacken. Die Zutaten für die kommen aus den aktuell heftigsten Kriegsgebieten der Welt. Zusätzlich setzen wir auf lokale Produktion und Kreislaufwirtschaft. Auf der Dachlandschaft der Keksfabrik (46 x 46 m) und in der vertikalen Farm werden die Zutaten nachhaltig angebaut und geerntet. Das Verinnerlichen der Kekse thematisiert so diese Krisenherde und schärft unser Bewusstsein für den Frieden. Näher als bei der Einverleibung dieser Kekse können wir dem Weltfrieden aktuell nicht kommen.



»Safran – Iran«



»Rote Beete – Ukraine«



»Spinat – Syrien«

WAS MACHT DER DENN?



Konzeptioner für Live-Kommunikation - Live | Hybrid | Digital

Meine Schwerpunkte sind die Konzeption und Kreation
sowie die Steuerung der Realisierung von Live-Kommunikation
in den Feldern:

- | Events und Live-Marketing
- | Kommunikation im Raum
- | Ausstellungen / Messeauftritte / Erlebnisswelten
- | Kunst- und Kulturprojekte

Meine Spezialität ist das Geschichten erzählen mit den Mitteln der Kulinarik und der Inszenierung – der »Gustatorischen Szenografie«

» Sellerbeck entwickelt gehaltvolle Dramaturgien, die das Erzählerische mit dem Kulinarischen verbinden. Das Ziel der Anwendung der gustatorischen Szenografie ist, die Kulinarik als wirksames Werkzeug zur Verinnerlichung von Inhalten und Botschaften zu etablieren. Diese Art der multisensorischen Erlebniskommunikation berührt direkt und knüpft aktiv Beziehungen «



WESENTLICHES

I Aktuell_09 - 23

- Aufnahme in den »Pool der Kreativen« New European Bauhaus.
Creating NEBourhoods Together München Neuperlach
- Mitglied im Münchner Ernährungsrat
- Dozent im Lehrgang »Gastrosophische Wissenschaften. Ernährung – Kultur – Gesellschaft«, Paris Lodron-Universität Salzburg / Studienzentrum Saalfelden
- Partner im Internationalen Forum Gastrosophie (IFG)
- Lehraufträge am Institut für Innenarchitektur & Szenografie FHNW I HGK BASEL
- Gründung »RAUMKULINARIK«, Kulinarik als Kommunikationsmedium, München
- Freiberufliche Tätigkeit als Konzeptioner Live Experience, Inhaltsentwickler, Gustatorischer Szenograf, München

I Fest_07 - 08

- Art Director Konzeption, Vok Dams Gruppe, Wuppertal

I Frei_99 - 06

- Diverse Lehraufträge, HfG Karlsruhe, Fachbereich Szenografie
- Gründung »Labor für angewandte Alltagsliebe«, Rauminterventionen & gustatorische Szenografie, Berlin
- Aufnahme der freiberuflichen, künstlerischen Tätigkeit

I Ausbildung

- Dipl. Ing. Architekt, Hochschule Bremen
Diplomarbeit: Theater-Architektur-Theater, Transkription / Transformation der Arbeitsweise von Robert Wilson in Architektur
- Gelernter Koch (Jahrgangsbester, Bremen)



» Szenografie. Das Kompendium zur vernetzten Gestaltungsdisziplin «

Das Kompendium zur vernetzten Gestaltungsdisziplin ist das erste umfassende, unabhängige Kompendium mit über 50 Beiträgen von Experten sämtlicher szenografischer Teildisziplinen.

Beitrag:

Gustatorische Szenografie: Geschmack als zu verinnerlichende Dimension.



Herausgegeben von: Petra Kiedaisch, Janina Poesch, Sabine Marinescu im av edition Verlag, Stuttgart 2020

Gustatorische Szenografie: Geschmack als zu verinnerlichende Dimension

—
Jörg Sellerbeck, Labor für
Raumkulinarik. Labor für
angewandte Alltagsliebe.

Geschmack ist die Ernte aller Sinnesindrücke, die gesät werden, wenn wir Essen genussvoll in den Mund nehmen. Dabei unterscheidet sich der Geschmackssinn von den anderen Sinnen besonders durch das „In-den-Mund-Nehmen“ und damit auch in seinem Verhältnis zum Raum: Während Sound und Duft selbstverständlich im Raum wahrgenommen werden, findet der Geschmackssinn hier praktisch keine Anwendung. Seine Wirkkraft entfaltet er erst in seinem ganz eigenen Raum – dem Mundraum. Um diese Wirkung zu erreichen, muss der Rezipient jedoch aktiv werden und den „Stoff“ verinnerlichen. Geschmackliche Wahrnehmung setzt also immer eine Einverleibung voraus. Die Darbietung von Essbarem führt über eine Aktivierung und Sensibilisierung hin zu der bewussten Handlung, die „Botschaft“ im Mundraum schmeckenderweise erleben zu wollen. Eine so wahrgenommene Botschaft berührt direkt und zergelt sprichwörtlich auf der Zunge – näher als bei der Einverleibung kann sie den Rezipienten nicht kommen.

Aufgrund der besonderen Beziehung, in welcher der Geschmackssinn zum gängigen Raumverständnis der Szenografie steht, ist der Begriff „Gustatorische Szenografie“ wohl mit etwas Sorgfalt zu genießen: Als Baustein einer Inszenierung tritt die geschmackliche Wahrnehmung – zumindest in klassischen Anwendungsfeldern wie der Ausstellung – noch eher selten in Erscheinung. Dagegen wird die Methodologie der Szenografie als Zusatz ganzheitlicher, multisensorischer Geschmackserlebnisse immer intensiver als Geschmack verstärker eingesetzt. Momentan treiben also eher Köche und Gastrosophen als Kuratoren und Szenografen eine Etablierung der gustatorischen Szenografie voran.

Wie kann Geschmack die Szenografie bereichern?

Derart intensive sinnliche Wahrnehmungen haben ein großes Potenzial, innerhalb von Inszenierungen eine nachhaltige Wirkung beim Publikum zu erzielen. Geschmack komplettiert das multisensorische Instrumentarium der Szenografie und rundet die sinnliche Wahrnehmung ab. Dabei ist

Sound, Geruch, Geschmack



»SCHNAPS IDEEN & BROTO- TYPEN«

Das interaktive Workshop-Format.
7.12.2022 Lüchtenhof, Hildesheim

Co-Creation; Mit Kai Janssen und
10 weiteren Event-Gestalter:innen.

Die Idee: Janssen & Sellerbeck servieren
aus ihrer »Kollaborativen Konzeptions-
küche« ein neuartiges Kommunikations-
format: Schnapsideen & Brototypen. Das
sinnliche Ziel? Die genussvolle Findung
individueller Erfolgsrezepte auf die Frage
„Wie werden uns 2023 Events begeistern?“. Die
Basis bilden die ältesten Genussmittel
der Eventgeschichte: Brot und Alkohol.
Unter Mitwirkung der Gäste werden Broto-
typen erstellt und Genuss-Lösungen prä-
sentiert.

Nachschlag:



[Siehe Blog Katrin Taepke](#)

- Aus-Progieren
- 1h-Schmecken
- Die Kunst des Mund
- Weiter-Machen





NEW EUROPEAN BAUHAUS

Creating NEBourhoods Together
München Neuperlach, 03/2023 – 09/2024

Aufnahme in den »Pool der Kreativen«

In co-kreativen Reallaboren und Workshops entstehen Konzeptionen & Realitäten zur grünen Transformation von Neuperlach.

Auswahlkriterien für die Akteur:innen:

- offene Innovationsprozesse mit Design-Methoden (Mindset)
- Künstlerische und kreative Expertise und Kompetenz (Creative Skill) sowie
- die Bedarfe der NEB-Vorhaben (Action-Skill)

Mehr Infos:



NEB-Website



Etablierung »NEB
OURFOOD«

“Das Neue Europäische Bauhaus ist Herz und Seele des Grünen Deals“.
Ursula Von der Leyen, Präsidentin der Europäischen Kommission



Finanziert von der
Europäischen Union



»Kultur des Miteinanders«

ASD Mission Statement Film 2023

Kunde: ARNECKE SIBETH DABELSTEIN

Leistung: Konzeption, Kreation, Speisen-Dramaturgie, Küchen-Regie, Foodstylist am Set

Die Aufgabe: Transformation des aktuellen Mission-Statements in einen Küchen-Plot für den aktuellen Unternehmensfilm, um die Unternehmenswerte sympathisch und locker zu transportieren.

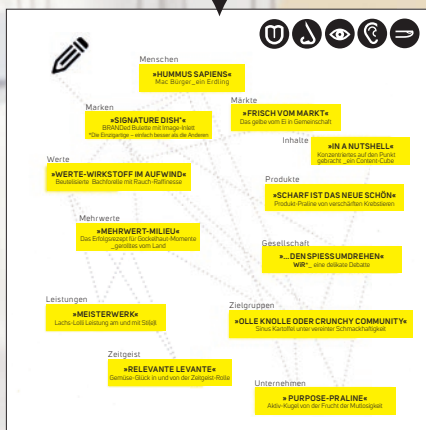
Die Idee: Entwicklung eines Mission-Statement-Menü, das alle sechs Standorte der Kanzlei verbindet. Das Erfolgsrezept der Kanzlei und der Plot dieses Films ist die Kultur des Miteinanders



» CONNECTIVITY – BUILDING RELATIONSHIPS «



» CONNECTIVITY MATRIX «



» CULINARY CONNECTIVITY MATRIX «



» CULINARY CONNECTIVITY MOBILE «

Die begehbare dreidimensionale ottomisu Connectivity-Matrix Transformation der einzelnen Kernbegriffe in ein konsistentes kulinarisches Fingerfood-System, welches die Kulinarik als Kommunikationsmedium anrichtet. Die maßgeschneiderte Methodologie lebt mit ihren sinnhaften Beziehungen und von der Mundpropaganda.



**BRAND
EX**
Gewinner 2020
Gold



SHIFT 2019  Dokumentation - Download

MARKENBOTSCHAFTEN ZUM EINVERLEIBEN

Wir verbinden Menschen, Marken und Märkte – dieser Claim von ottomisu wurde bei SHIFT2019, dem ersten eigenen Event unter neuem Namen und mit neuer Positionierung, auf allen Ebenen transportiert – und die Kulinarik als wirkungsvolles Kommunikationsmedium genutzt
» **SHIFT2019 by ottomisu** « Impulse für neues Denken und Handeln

**SH/FT
2019**

Konzeption/Kreation: Jörg Sellerbeck | Botschaften: ottomisu | Speisen-Umsetzung: FR Catering

» StartUp Inspiration Week«

18. - 22. Januar 2021, Hybrid-Event

Kunde: metafinanz Informationssysteme GmbH

Agentur: VBA Events, München

Kuration Speaker-Programm: Future Day GmbH

Die Idee:

Das alljährliche metafinanz StartUp 2021 wird komplett digital als Hybrid-Event konzipiert und umgesetzt. Gesendet wird die ganze Woche live aus dem Studio Balan in München. Die meisten Expert:innen werden zugeschaltet – die Bildschirme werden zu virtuellen Bühnen. Die StartUp Inspiration Week lenkt den Blick nach Außen und inspiriert mit der Megatrend-Map des Zukunftsinstitut als Navigator in Richtung Zukunft.

Film-Extrakt:  **StartUp Inspiration Week 2021**

Afterwork-Special: »Das Internet des Essens« Die Zukünfte der Küche

Das spekulative Happening »Das Internet des Essens« bringt die Zukünfte der Küche in aller Munde. In der Probierküche bestimmt die Dreitaktung aus Mise en Place | Zubereitung | Kostprobe die Interaktions-Dramaturgie. Angerichtet wird die katastrophische Küche, die gastroethische Küche und die posthumane Küche. Die Geschmacksfrage für Zukünftiges wird als »Feedback« der Probierenden aufgetischt.



Julia Engelmann
#Start
Dr. Natalie Knapp
Harry Gatterer

Dr. Bernhard Lings
#Business Ecosystems
Paul Hoffmann

Dr. Carlo van de Weijer
#Coopetition
Gerald Hüther

Stephan Grabmeier
#Sinn-Ökonomie
Niklas Jordan

Nicole Brandes
#Talentismus
Kai Gondlach

Prof. Dr. Michael Lehofer
#Lebenstile
Sina Trinkwalder

StartUp Week 2021 18.-22. Jan

Kirsten Brühl
#Wir-Kultur
Nora Dietrich

Matthias Horx
#Forward
Dr. Jürgen Kalkbrenner

Jörg Sellerbeck
#Internet des Essens
Prof. Dr. Harald Lemke

Die Zukünfte der Küche
Ein spekulatives Happening





Afterwork-Special: »Das Internet des Essens« Die Zukünfte der Küche

Format:

Live-Streaming Happening aus dem Studio Balan

Leistung:

Konzeption, Kreation, Inhaltsentwicklung, Umsetzung, Grafik, Happening-Performance (75 min.)

Die Idee:

»Wie schmeckt unsere Zukunft?«. Um die möglichen Zukünfte der Küche in der Anordnung des spekulativen Happenings »Internet des Essens« zu erforschen, gehen wir zusammen mit einem ganzheitlichen Ernährungsbewusstsein auf diese gastrosophische Abenteuerreise. Wer gastrosophisch denkt, beteiligt sich mit jedem Mahl daran, die Welt und unsere Zukunft zu gestalten. Das Essen ist mit dem gastrosophischen Blick über den Tellerrand das größtmögliche weltweite Ökosystem. Das »Internet des Essens« vernetzt die digitale Tischgesellschaft mit diesem Ökosystem – live und interaktiv. Drei spekulative Szenarien und Häppchen stehen auf der Speisekarte: die katastrophische, die gastroethische und die posthumane Zukunft des Essens. Um in den realen wir_tuellen (und nicht nur virtuellen) Genuss dieses zukunftsweisenden Drei-Happen-Menüs aus der Probierküche zu kommen, besorgen Sie sich die erforderlichen Zutaten dort, wo diese Zukünfte vermarktet werden. Alles Weitere – das Mise en Place, die Zubereitung, die Kostprobe – machen wir zusammen. Zum Wohl!

DIE KATASTROPHISCHE KÜCHE

EIN SPEKULATIVES HAPPENING



DIE GASTROETHISCHE KÜCHE

EIN SPEKULATIVES HAPPENING



DIE POSTHUMANE KÜCHE

EIN SPEKULATIVES HAPPENING



BEAUTY OF TRANSFORMATION.
#2 SUSTAINABILITY: VON DER KÜR
ZUR PFLICHT UND ZURÜCK
27. OKTOBER 2022

Veranstalter: Drees & Sommer, New Work / Black Eight

Die Aufgabe: Entwicklung eines Happenings, welches das Thema zum Verinnerlichen anrichtet.

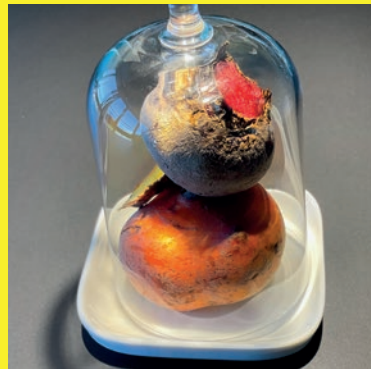
Leistung: Konzeption, Kreation, gustatorische Szenografie

Das Werk: »FELDFORSCHUNG« Vom Rohen zum Gekochten

Co-Creation: Mit Vincent Fricke, Bairisch Stew



»SONDERAUSSTELLUNG«
VITRINISIERTE ROHSTOFFE



5 | 3 | 5
»Rohstoffe« »Zustände« »Dimensionen«

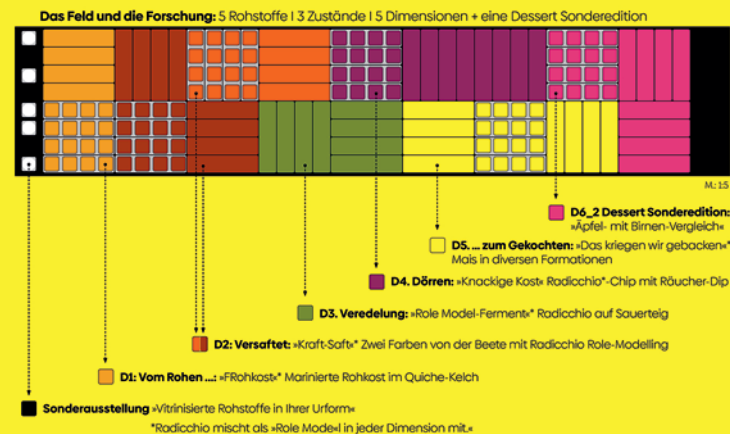
»DAS POTENTIAL DER VERÄNDERUNG VERINNERLICHEN«
DIE WELLBEING-GLÜCKSFORMEL

D6_2
»Dessert_Sonderedition«



VOM ROHEN ... »FROHKOST«
KÜRBIS-ROHSTOFF IM QUICHE-KELCH

»DIE WELLBEING-GLÜCKSFORMEL ANGERICHTET«
EINE ART FELDFORSCHUNG



... ZUM GEKOCHTEN »DAS KRIEGEN WIR GEBACKEN«
MAIS IN DIVERSEN FORMATIONEN

KLIMAHERBST 2022

»In Aller Munde: Impulse für die Ernährungswende in der Stadt«.

Interaktiver Workshop mit Foodpairing für eine schmackhafte Ernährungswende

Veranstalter: Münchner Ernährungsrat, L. Rizzo, C. Krauss, J. Sellerbeck im 21.10.2022 Studio Lindwurmstraße 71, München

Leistung: Konzeption, Kreation, Umsetzung,

Die Idee: Ein co-kreativer Prozess zwischen Teilnehmer:innen und Akteur:innen der Ernährungswende: nach einem Impulsvortrag durch den Gastrosophen Professor Harald Lemke haben wir in einem interaktiven Austausch diskutiert, was es für eine nachhaltige Ernährungsstruktur braucht. Mundgerecht begleitet wird das Ganze von dem Happen_ing »Foodpairing der Kooperationen«, das an drei gedeckten Themen-Tischen Köstlichkeiten bietet und gleichzeitig Denkräume für neue Ernährungsutopien aufstischt.



»Eine neue Dimension der Partnerschaft«

Unitymedia Partnerdialog 2018 – Indirect Retail.

Neuartige Rezeptur für eine erfolgreiche Kommunikation

Kunde: Unitymedia, Köln

Agentur: Matt Circus, Köln

Leistung: Konzeption, Inhaltsentwicklung, Kreation, Umsetzung, Grafik, Bühnenpartner & Impuls

Die Aufgabe: Anrichten der Lösung »Eine neue Dimension der Partnerschaft«. Kollaboration.

Die Idee: Klassische Dialogveranstaltung? Die üblichen Wege? Vorgegebene Ergebnisse? All das sollte es nicht sein. Angerichtet wird ein neuartiges Format, das der Intuition immer wieder Gelegenheiten bietet – und den guten Geschichten, die eben nur entstehen, wenn man den Gästen Freiraum gibt. Gemeinsam gehen wir ans Eingemachte und servieren mit der Methode der „Kulinarik als Kommunikationsmedium“ die Essenz einer kollaborativen Kraftbrühe. Die Fettaguen dieser Kraftbrühe prägen die neue Dimension der Partnerschaft. In Wort und Bild, Theorie und Praxis, Interaktion und viel Dialog – ergebnisoffen und ereignisreich.

Film / Bild:  Auf Anfrage

DIE TYPFRAGE

Dein Typ ist gefragt

» No-Line Dinner «

RPC @ Munich Creative Business Week 2019

Kunde: The Retail Performance Company

Partner-Umsetzung: Speisesyndikat, München

Leistung: Konzeption, Inhaltsentwicklung, Kreation, Grafik, Umsetzung,

Die Aufgabe:

Wie schmeckt die Kundeninteraktion von morgen?

Die Idee:

Entwicklung einer gustatorischen Szenografie, welche die Customer Experience Kompetenzen von rpc mit der Kulinarik als Kommunikationsmedium spielerisch vermittelt. Die Gäste genießen gehaltvolle Interaktionen mit Informationshappen aus den Bereichen Strategie, Data Analytics, Customer Experience Design und Consulting. Die Schlemmer-Route führt vom App-Etizer über Foodpairing und Data-Dining bis hin zur agilen Arbeit am Gaumen in vier Schlemmer-Sprints. Da wird der Touchpoint zum Tatschpunkt. Das »No-Line Dinner« lädt die Gäste auf eine kulinarisch-technologische Reise ein – sie erleben mit allen Sinnen, wie Marken in Zukunft ihre Kunden erreichen. Den Schlusspunkt der CustomerJourney setzt das »Feed-back«. Die Verinnerlichung des Wandels von einer klassischen Unternehmensberatung hin zu einer Customer-Experience-Beratung, stand im Rahmen der Munich Creative Business Week ganz oben auf der Speisekarte.

Impressionen Bild / Film NO-LINE DINNER

Interview PDF KULINARIK ALS KOMMUNIKATIONSMEDIUM

GESCHMACKSSACHE »SIGNATURE SNACK SERVED FOR PERSONAS« INSTALLATION 1/5

Persona – Ernährungsbewusst

Persona – Genießer

Persona – Fast Food Liebhaber

Persona – Pragmatiker

RELISHABLE PROCESS CATERING
E.A.T.

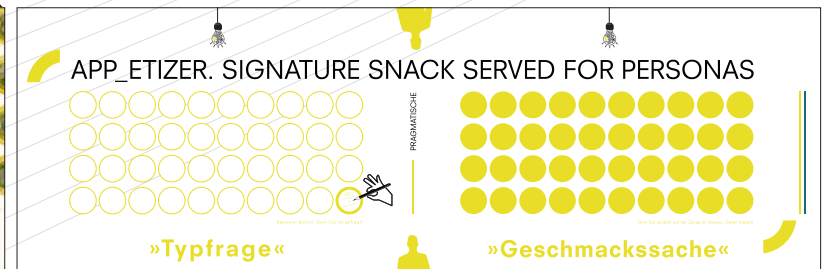
Startpunkt. Einführung der Personas



»Signature Snack« Pragmatische Persona



Der »Bekenner-Button«



Ausschnitt 1/4. Systemmatrix Pragmatische Persona

»INTERNATIONALES FORUM GASTROSOPHIE«

DAS GASTROSOPHICUM – EIN PHILOSOPHISCH-KULINARISCHES SYMPOSIUM

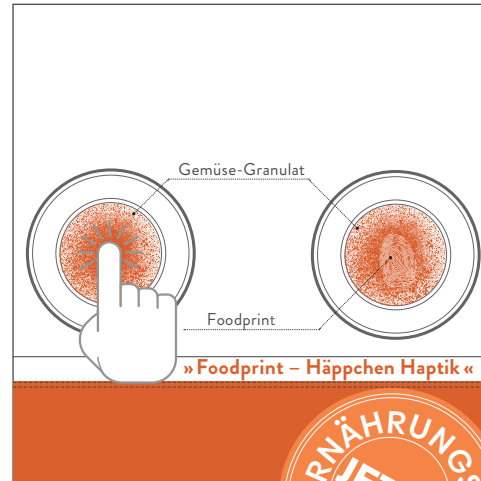
Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Harald Lemke und Dr. Wolfgang Schäffner



Das Internationales Forum Gastrosophie (IFG) versteht sich als thinktank: als eine am Gemeinwohl orientierte Denkkunternehmung. Das IFG veranstaltet jedes Jahr ein Gastrosophicum – ein philosophisch-kulinarisches Symposium zu einer jährlich wechselnden Thematik.

Zweck des Gastrosophicums ist es, die Ernährungswende stärker in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit zu rücken. Dafür hat das IFG ein eigenes Symposium-Veranstaltungsformat entwickelt, das sich aus Vorträgen, Tischgesprächen, künstlerischen Arbeiten ebenso wie aus gemeinsamem Kochen, Schmecken und Genießen zusammensetzt.

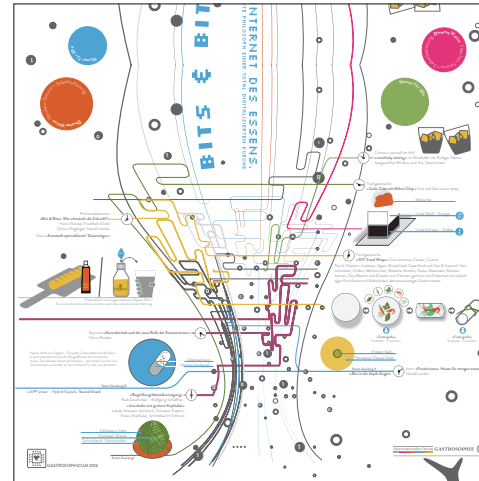
Das „Symposium“ soll auf diese Weise seine ursprüngliche philosophische Bedeutung aus der klassischen Antike zurückgewinnen und eine zeitgemäße Neukonzeption erfahren.



Gastrosophicum 2015

Ernährungswende Jetzt!
Eferding, Österreich

Das Gastrosophicum 2015 in Österreich thematisiert die Notwendigkeit einer globalen „Ernährungswende jetzt!“. Um das Anliegen, die Ernährungswende stärker in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit zu rücken, entsteht ein eigenes Veranstaltungsformat zwischen Vortrag, Workshop und Performance – das Symposium, im Begriff eines kulinarisch-philosophischen Gastmahls. Formal setzt sich das Gastrosophicum aus einer strategischen Transdisziplinarität der Perspektiven und Personen zusammen. Die Methodik der Kulinarik als Kommunikationsmedium verschafft dem Ziel, dass das Thema der Ernährungswende den Weg in die Köpfe der Gäste findet, einen konzeptuellen Zugang.



Gastrosophicum 2016

Bits & Bites. Das Internet des Essens.
Eferding, Österreich

Das Gastrosophicum 2016 erforscht die Ernährungswende 4.0. Alles, was sich zurzeit unter den Trendbegriffen Internet 4.0 und Smarte Apps entwickelt, könnte uns ein futuristisches Internet des Essens mitsamt seiner Bits and Bytes schmackhaft machen. Das Internet des Essens 4.0 wird die vernetzte Philosophie einer total digitalisierten Küche sein. Wird sie uns schmecken? Das spezielle Kommunikationsdesign kommuniziert das Kulinarische im Zusammenspiel von Philosophie und Essen, um die Gäste leiblich wie geistig an der Thematik zu beteiligen. Die kulinarische Choreographie treibt die Dramaturgie des Symposiums und unterstützt die einzelnen Themenfelder.



Gastrosophicum 2018. Radikal Regional.

Klimawandel in der Küche.

Nationalparkzentrum, Mittersill, Österreich

Wir brauchen eine umfassende Ernährungswende. Die gastrosophische Rezeptur einer klimafreundlichen und bioregionalen Ernährungswende macht das Gastrosophicum 2018 seinen Gästen schmackhaft. Der erste Gang trennt die Gäste nach dem Zufallsprinzip der Lotterie des Lebens in zwei unterschiedliche Tischgesellschaften A + B. Die 7 Gänge des A-Menüs werden eine katastrophale Küche servieren. Was nicht heißt, dass es nicht schmeckt. Das B-Menü wird eine klimafreundlichere Alternative auftragen. Dazu formiert sich in der Region eine Gemeinschaft aus 7 kulinarischen Kompliz*innen, die eine radikal regionale Spezialitäten-Küche serviert. Philosophische Reflexionen und Podiumsgespräche bereichern das Gastmahl.

DIGESTIVAL

Das muss ich erst einmal verdauen...

» The Art of Holistic Design «

Internationale Szenografie Biennale 2013, Ludwigsburg

Projektteam: Frank Dittmann, Zürich

Ramon De Marco, Basel, Jörg Sellerbeck, München

Leistung: Konzeption, Kreation, Text, Umsetzung (Sprecher)

Weitere Sprecher: Raphael Clamer (deep voice), Regula Rutz (cosmic voice), Leonora und Elisa (kids)

Die Idee: Digestival ist eine Örtchen füllende Klanginstallation im metabolischen Milieu. Sie greift in den Kreislauf der ganzheitlichen „Nahrungs“-Verwertungskette ein und erzeugt belebende Schwingungen für einen holistischen Stoffwechsel.

» The Art of Holistic Design « ist ebenso ein epochaler Reiz wie eine große Herausforderung. Sie erinnert irgendwie an „Wagners Gesamtkunstwerk“ und klingt nicht gerade nach leicht verdaulicher Kost. Die Klanginstallation richtet einen Imaginationsraum ein und spannt den roten Faden vom aktuellen Szenografie-Diskurs, Sempers Stoffwechseltheorie, Metabolismus und Kommunikation sowie einem Besuch im Haus Wahnfried, bis hin zu Rezepturen der Zubereitung eines klugen Kalbshirns. Angereichert mit assoziativen Soundscapes in dreidimensionaler Mehrkanal-Ausgabe, geraten die Grenzen zwischen Fiktion und Realität ins Wanken.

Link zur Soundprobe:



Metabolische Klanginstallation_Digestival



Scribbel: Frank Dittmann



»Labor für angewandte Alltagsliebe«

Kulinarisch-narrative Interventionen – Gustatorische Szenografie

Geschichten erzählen mit dem Medium der Kulinarik und der Inszenierung



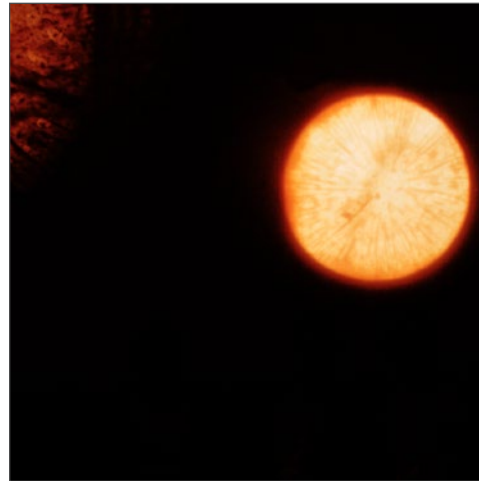
Gelage für Langschweine

Theater-inszenierung, Podewil Berlin

Konzeption, Szenografie, Grafik, Umsetzung, Performance in der Regie von Helena Waldmann

Neuinterpretation von Homer's Odyssee.

Das Berliner Podewil Theater wird nach dem heiligen Gastrecht zu einem antiken Symposium umgebaut. Die Szenografie stellt die planmäßige Mobilität aller Beteiligten in den Vordergrund: Die Bühne wird zum Sammelplatz, die Rampe zum Tisch, die Kochinsel zur Bühne, das lebendige Hängebauchschwein bekommt Räder, der Koch wird zum Schlachter, die Gäste zu Kannibalen. Das „Gelage“ verwischt den Grenzverlauf von Theater und Gastmahl, stellt unterschiedliche Erzählebenen nebeneinander – Tagespolitik neben Grundsäulen eurozentrischer Denkweisen, Kriegsgeschrei neben einem 4-Gänge-Menü.



Die Domestizierung der Karotte

Inszenierung am Maxim Gorki Theater

Konzeption, Szenografie, Grafik, Umsetzung, Performance

In einer über den Rasen gelegten Bildebene erzählen wir unsere Geschichte. Ein augenzwinkernder Beitrag zur Berliner Stadtschloss Debatte. Wer Stadtschloss sagt, muss auch Lust- und Nutzgarten sagen. Wir schaffen einen künstlichen Gemüsegarten, der mit vier Zentnern echten Karotten bepflanzt wird. In einem theatralischen Akt werden die Karotten geerntet und versaftet. Aber die Bürger Berlins wollten nicht auf den Saft warten, sondern standen Schlange nach geschälten Karotten. Unser Fazit: Berlin braucht einen Gemüsegarten in der Mitte, keine weitere Saftpresse. Wir sollten öfter den Gärtner fragen und nicht die Tourismusleitstelle, was eine Stadt ausmacht.



Ge(h)schichten

Inszenierung am Festspielhaus Hellerau.

Konzeption, Szenografie, Produktion, Grafik, Performance

Inszenierung in vier Akten für das Theaterfest anlässlich der Einweihung des neuen Daches.

Wir verneigen uns vor dem Mut des Festspielhausvereins, indem wir es, hoffentlich zum letzten Mal regnen lassen. Eine Allegorie auf die vielen kalten Tage ohne Heizung, ohne Dach, aber mit „Leckerem Inhalt“. In dem bedeutenden Theaterbau entstehen unsere Raumfüllungen, indem sie in die Geschichte eingehen, sie hinterlassen Spuren im Gebäude und vor allem im Erinnerungsraum der Betrachter. Diese werden spielerisch zum Akteur und Komplizen, sie sind der Mittelpunkt darin. In vier Akten werden Erlebnisse und Räume inszeniert, wird gekocht, gegessen, gelebt.



Über das Reisen: Der Verlust des Ichs im Unterwegs, Schauspiel Hannover.

Konzeption, Szenografie, Grafik, Produktion, Performance

Mit Franz Ackermann, Birgit Hein, Albert Ostermeier, Matthias Lilienthal.

Der Hof zwischen Künstlerhaus und Schauspielhaus ist die architektonische und atmosphärische Schnittmenge zwischen Bildender Kunst, Film, Literatur und Theater. Unter den Motto „essen & denken“ pflegen Künstler öffentlichen Gedankenaustausch über ihre sehr unterschiedlichen Arten, die Welt zu betrachten und ästhetisch auszuformulieren. Den Rahmen bildet die älteste Kommunikationsform; Essen und Trinken: Think differently-eat together. Das Labor für angewandte Alltagsliebe verköstigt die 200 Gäste aus dem »Letzte Hilfe« Koffer heraus.

smart fortwo & smart forfour Weltpremiere

Kunde: Daimler AG

Agentur: Oliver Schrott Kommunikation, Köln

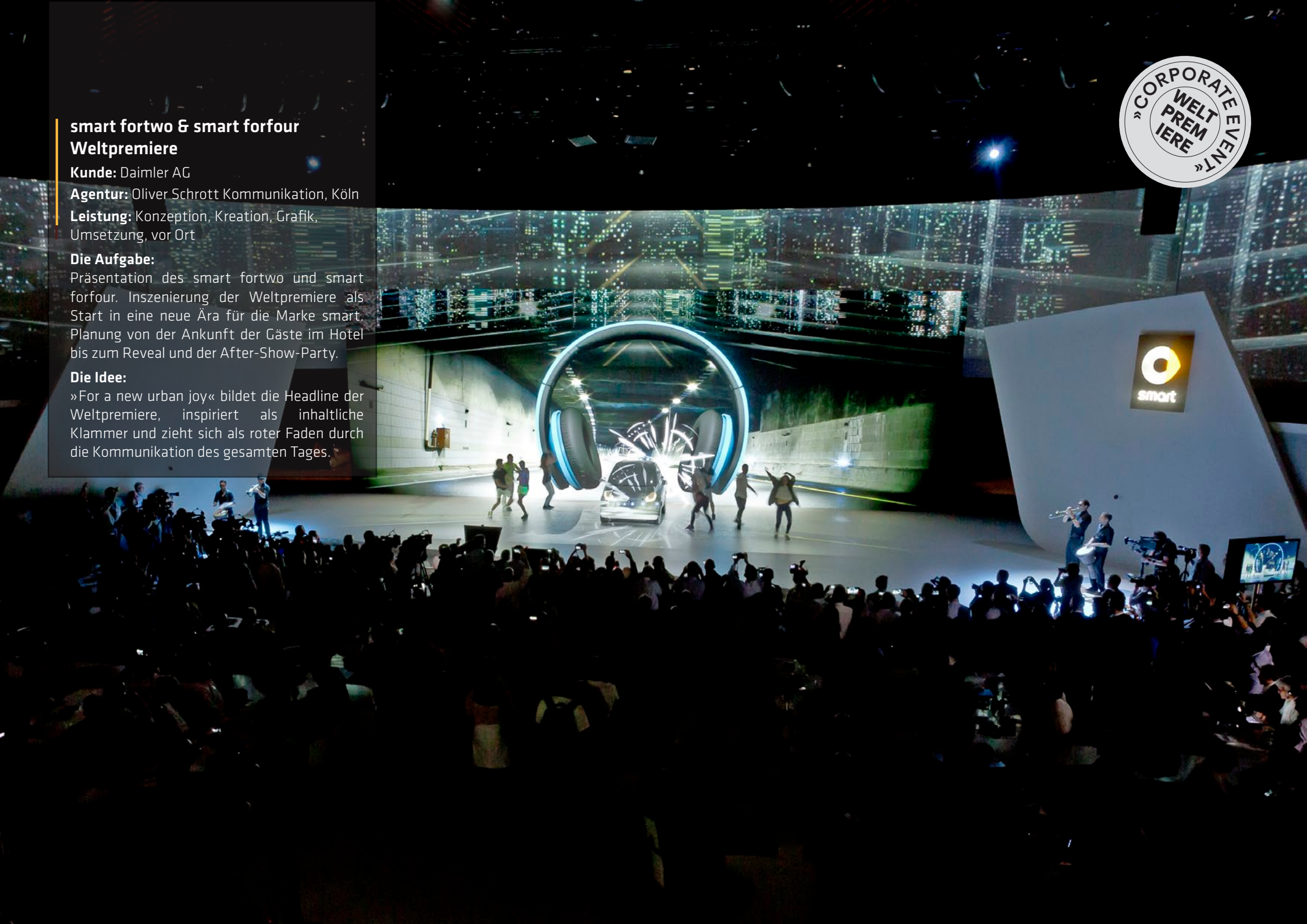
Leistung: Konzeption, Kreation, Grafik,
Umsetzung, vor Ort

Die Aufgabe:

Präsentation des smart fortwo und smart forfour. Inszenierung der Weltpremiere als Start in eine neue Ära für die Marke smart. Planung von der Ankunft der Gäste im Hotel bis zum Reveal und der After-Show-Party.

Die Idee:

»For a new urban joy« bildet die Headline der Weltpremiere, inspiriert als inhaltliche Klammer und zieht sich als roter Faden durch die Kommunikation des gesamten Tages.



Mercedes-Benz Museum Neues Medienkonzept Wettbewerb und Visioning Phase

Kunde: Mercedes-Benz Museum

Agentur: iart ag, Basel

Leistung: Konzeption, Kreation,
 Inhaltentwicklung, Präsentation

Die Aufgabe:

Neukonzeption für die Medien des Mercedes-Benz Museums, um die Position als weltweit führendes Automobilmuseum langfristig zu erhalten. (Wettbewerb)

Das Grundprinzip:

»smart essence approach«

Smart essence approach meint die Reduktion auf das Wesentliche und die Erweiterung um das „Smarte“. Dieses Prinzip baut nahtlos auf das bestehende Erfolgskonzept der Medien und dem medialen Führungssystem als Kern der Wissensvermittlung auf und entwickelt es weiter.

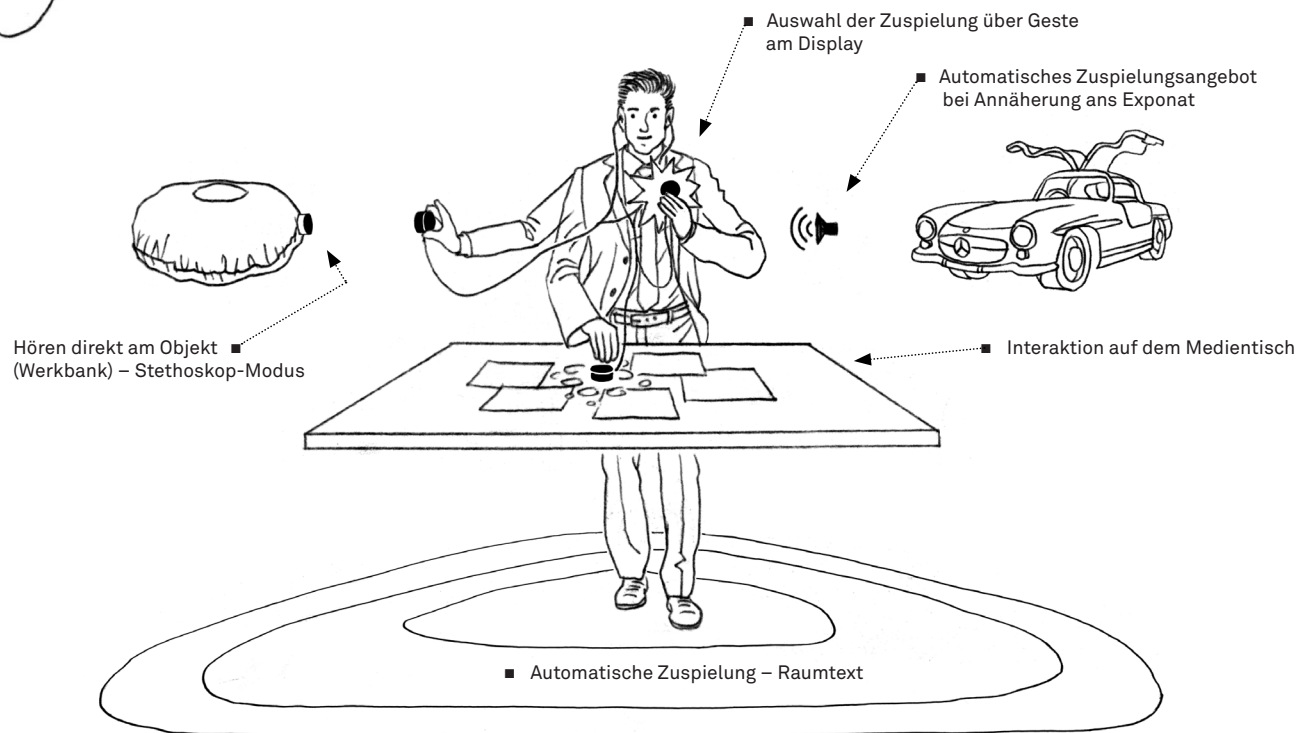
Das System wird optimiert, aktualisiert, zukunftsorientiert.

Der Audioguide wird zum „Audio-Button“; kleiner, leichter, komfortabler, hochwertiger, smarter. Er wird zum intelligenten Begleiter. Das Führungssystem wird um Lernfähigkeit und Medienstationen erweitert. Neue inhaltliche Gewichtung und Angebote tragen zur Stärkung der sinnlich-emotionalen und spielerischen Vermittlung bei. Das Gesamtsystem ist so ausgerichtet, dass es „evolutionäre“ Veränderungen aufnehmen kann und eine stete Aktualisierung als Ziel definiert.



Der Audio-Button

Interaktionsmöglichkeiten mit dem Audio-Button. Erweiterungen.



Skizze: Ludmilla Bartscht

Richard Wagner Museum Bayreuth

Feinkonzept AV-Medien, 2013

Kunde: Stadt Bayreuth / RWM

Agentur: iart ag / Idee und Klang, Basel

Leistung: Mitarbeit Konzeption, Kreation,
Inhaltsentwicklung, Präsentation

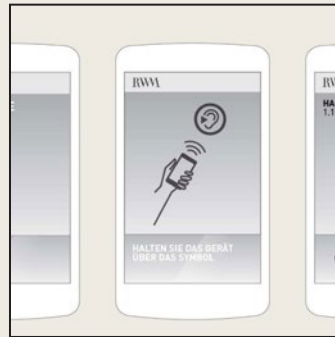
Die Aufgabe:

Entwicklung von neun audiovisuellen
Lösungen auf der Grundlage der neuen
Ausstellungsgestaltung. (Wettbewerb)

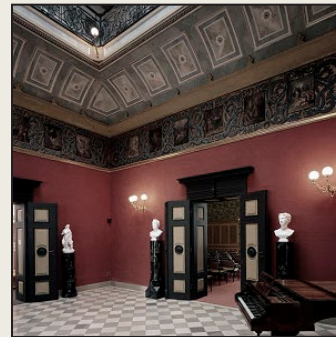
Die Idee(n):

(1/9) Stammbaum Familie Wagner:

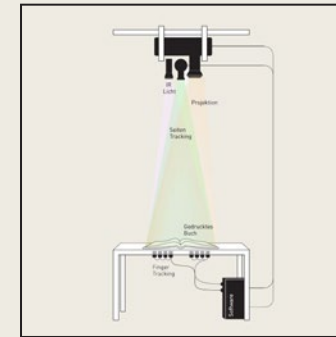
Im ehemaligen Kinderzimmer der Villa
Wahnfried kommt die gesamte Familie
zum „Familientreffen“ zusammen. Die
Darstellung löst sich von der üblichen
vertikalen „Stamm-Baumbildung“ und
stellt die einzelnen Familienmitglieder als
interaktive Silhouetten in Originalgröße
vertikal nebeneinander. Vielfältige
audio - visuelle Vertiefungsebenen
und „Erinnerungsfelder“ begleiten die
Begegnungen auf „Augenhöhe“.
Die Darstellung der „Familien-
verhältnisse“ lehnt sich an das
Notensystem an und verknüpft die
einzelnen Familienmitglieder auf eine
spielerische und musikalische Art und
Weise. So wird der Stammbaum zur
Stammnotologie.



Audioguide_
der multimediale Begleiter



Klanginstallation_Akustisch
orchestrierte Lebenswelt



Interaktive Partitur_
Orchester »en demande«



Prolog Festspiele_mediale
Schaufenster - Jetzt



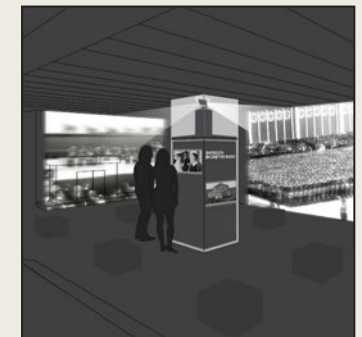
Kontemplative Hörstationen
_Wagner Surround



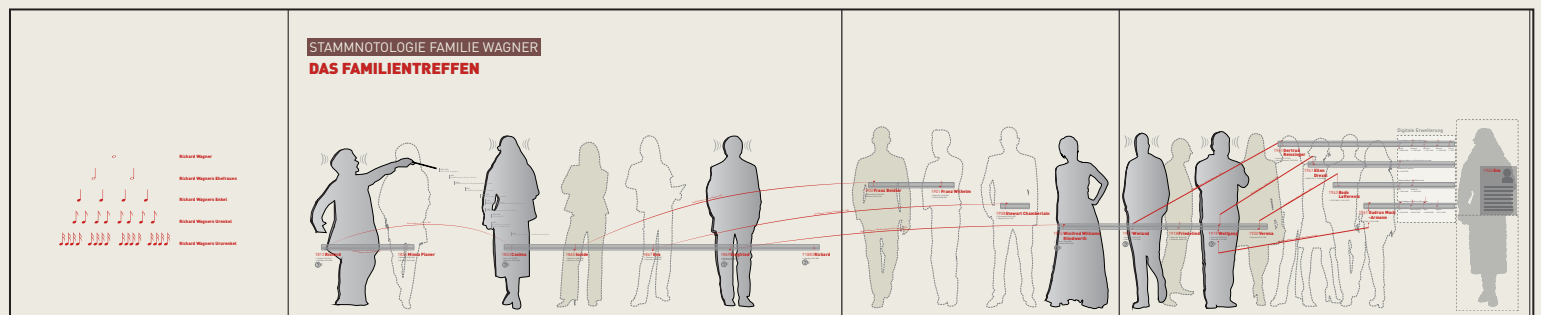
Mediale Raumstelen_
Historische Einblicke



Das virtuelle Gedächtnis_
Winifred Wagner vis-à-vis



Das virtuelle Gedächtnis_
Bayreuth im Dritten Reich



Stammbaum Familie Wagner_das Familientreffen (Gesamt - Wandabwicklung)



12 ROOMS

Live Art / Group Show*

17. - 26.8.2012 Folkwang Museum

Essen / Ruhrtriennale

Leistung: Menschliche Skulptur
(Performer) im Roman Ondak Raum
- Swap

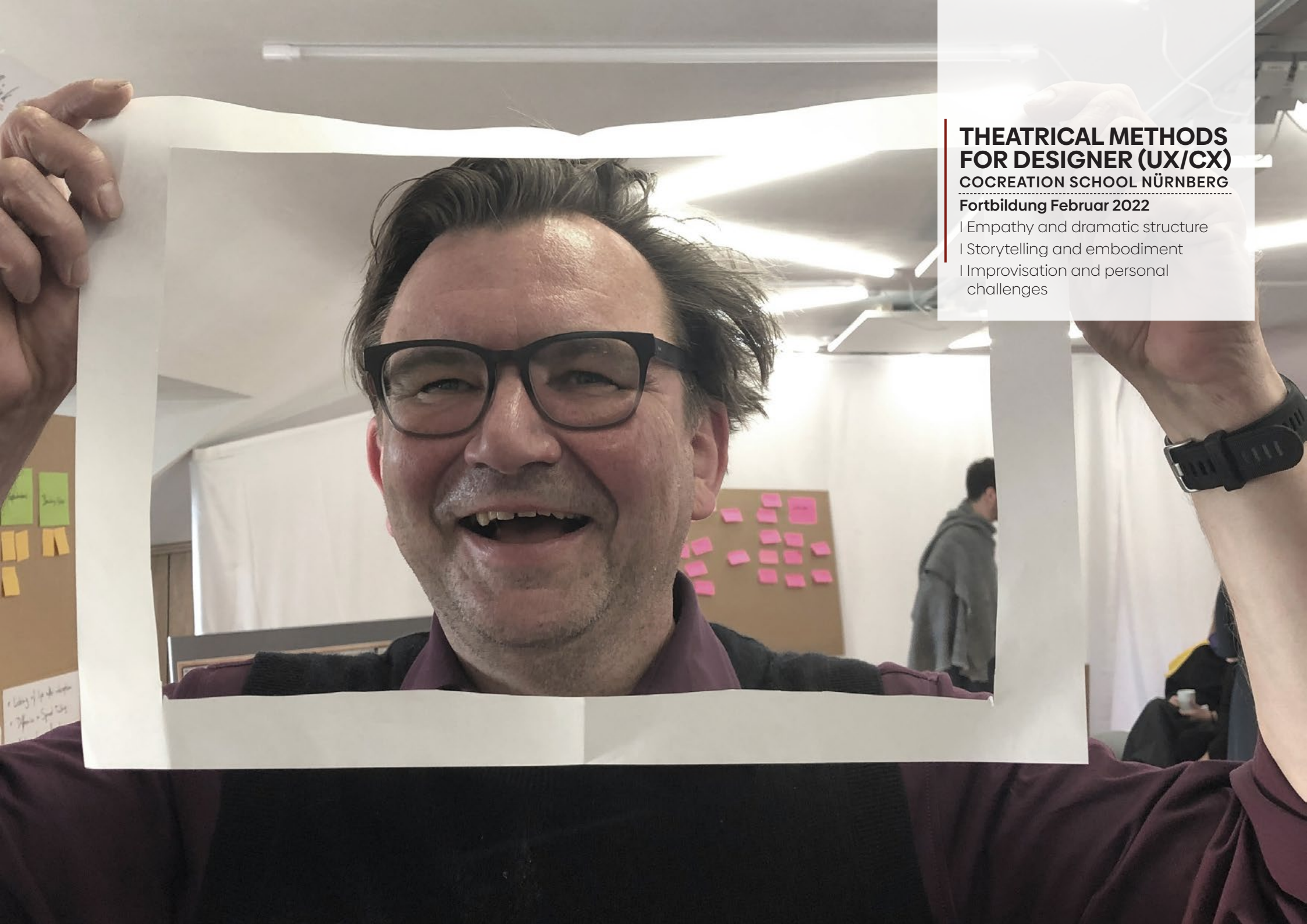
Die Idee: „12 Rooms“ präsentiert eine immaterielle Kunstform, die sich auf einige wenige Mittel besinnt - Raum, Körper, Stimme, Bewegung -, und die allein in dem Moment Gestalt annimmt, in dem der Zuschauer ihr begegnet. Der Parcours der Ausstellung schafft sehr direkte Begegnungen, die das Theater durch die Distanz der Bühne nicht kennt. Ein flüchtiger Blick, ein kurzes Gespräch, eine überraschende Geste - jeder der 12 Räume mit ihren menschlichen Skulpturen berühren den Besucher auf eine andere Weise. Bei „Swap“ von Roman Ondak entsteht ein Marktplatz, auf dem über die Komplexität des Alltagslebens und über die Qualität der Objekte verhandelt wird. Es beginnt ein reger Austausch - der Objekte und der dahinter liegenden Geschichten.



* Kuratiert von Klaus Biesenbach und
Hans Ulrich Obrist.

Doku-Link:  12 Rooms

Foto: Michael Kneffel, Essen



THEATRICAL METHODS FOR DESIGNER (UX/CX)

COCREATION SCHOOL NÜRNBERG

Fortbildung Februar 2022

- | Empathy and dramatic structure
- | Storytelling and embodiment
- | Improvisation and personal challenges



HOCHSCHULE LUZERN, SPATIAL DESIGN

23. SEPTEMBER 2022

Intro Projekt: Helga Luzern 2022

»Hinter den Kulissen« Online Inspirationsvortrag

Vortragsthema: Gustatorische Szenografie.

Inspiration der Student:innen, um sie auf den Stand von "State of the Art" im Bereich räumlich-kulinarischer Inszenierungen zu bringen. Fokus-Erweiterung, um andere Perspektiven einnehmen zu können.



Raumwelten
Plattform für Szenografie, Architektur und Medien
17.-19.11.2021 Ludwigsburg / Stuttgart

RAUMWELTEN KONFERENZ

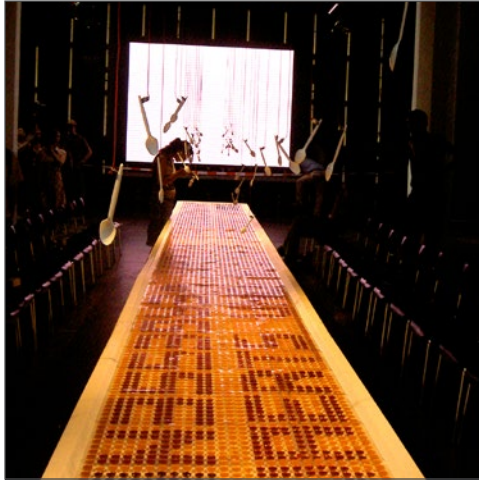
17. - 19.11.2021 LUDWIGSBURG

Tisch 3: Möglichkeitsräume & immaterielle Zufallsräume. Kuratiert von Charlotte Tamschick

Vortragsthema: Geschmackssache.
Gustatorische Szenografie & die Einverleibung

AUSWAHL LEHRAUFTRÄGE **SCENOGRAPHIE**

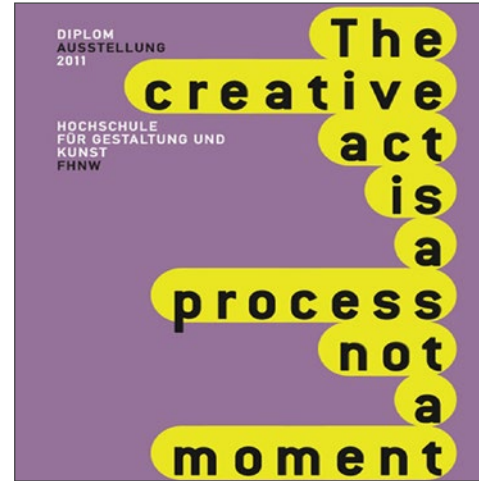
Hochschule für Gestaltung Karlsruhe,
Fachbereich Szenografie



Mixed Pixels. Vertikal digitale & horizontal kulinarische Bildpunkte im Dialog.
Workshop und Präsentations-Installation.

Die StudentInnen präsentieren ihre Arbeiten in einem Filmloop auf der großen LED-Wand. In der horizontalen Verlängerung entfaltet sich die kulinarische Achse. Die sinnliche Komponente ergänzt das numerisch generierte Bild der LED-Wand. Löffel hängen an Spanngummischnüren von der Decke und führen mit zunehmender Bewegung während des „Auslöffeln“ zu Verstrickungen.

Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel
Institut Innenarchitektur & Szenografie



Von allen Sinnen?!

Räumliche Inszenierung eines neuartigen Schlaraffenlandes.

Diplomaufgabe: Von allen Sinnen!?
Inszenieren Sie das moderne Schlaraffenland des 21. Jahrhunderts - als einen utopischen Ort der Begierde und der zügellosen Sehnsüchte jenseits von Raum und Zeit.

*Diplom Mentor In Zusammenarbeit mit Dozentin Charlotte Tamschick (In Vertretung von Prof. Uwe Brückner)

Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel
Institute Integrative Design. Masterstudio

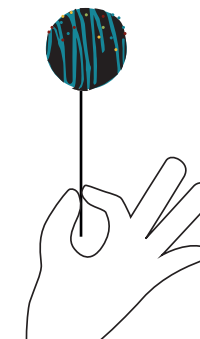


Extend your radius. A multisensory overall experience

Begleitung der Masterstudent*innen als Mentor im Frühlings-Semester 2018 – Studio Scenography & Exhibition Design. Entwicklung eines multisensorischen Dinner-Experience im Rahmen des Symposiums »Poetry of the Real-Imagination-Friction-Transformation«.

Vorbereitender Workshop:

»Von SehnsuchtsOrten zu Sehnsuchts-Torten«. Ein essthetisches Happening.



GASTROSOPHISCHE WISSENSCHAFTEN

Paris Lodron-Universität Salzburg / Studienzentrum Saalfelden

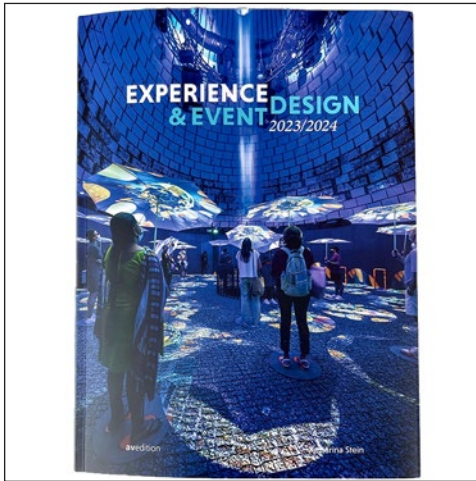


Gustatorische Szenografie - Geschichten Lerninhalt:

Die gustatorische Wahrnehmung einer Mahl-Choreografie wird wesentlich gehaltvoller, wenn sie als vollmundiges, synästhetisches Gesamterlebnis inszeniert wird. Mit Wort-Würze und kommunikativen Kostproben verinnerlichen wir die Rezeptur des Geschichtenerzählens mit den Mitteln der Kulinarik und der Inszenierung.

Kommen Sie auf den Geschmack ...

- Einführung in die gustatorischen Szenografie
- Storytelling für Gastrosophen
- Dramaturgie gehaltvoller Mahl-Choreografien
- Die Einverleibung und das Spezifikum »Mundraum«
- Am Herd: Kreation kommunikativer Kostproben – mit und von allen Sinnen



Experience & Event Design Jahrbuch 2023/2024

Beitrag: Schnapsideen & Prototypen.

Ein genussvolles Kommunikationsformat
Das interaktive Workshopformat zum Thema Events der Zukunft, der Kulinarik und Co-Kreation verbindet. Das sinnliche Ziel? Die genussvolle Findung individueller Erfolgsrezepte auf die Frage „Wie werden uns 2023 Events begeistern?“
Erstmals ausprobiert wurde das Format an der härtesten aller vorstellbaren Zielgruppen: 12 Experten der Live-Kommunikation-Szene.

*Herausgegeben von: Katharina Stein im av edition Verlag GmbH, Stuttgart



Begegnungen mit allen Sinnen gestalten!

Sammelband zum Thema Begegnungen
Themenfeld_SCHMECKEN!

Beitrag: Essthetische Begegnungen.
Betrachte ich eine wirkungsvolle Begegnung mit einem scharfen Blick durch die „Geschmacks-Brille“, muss ich zuerst die besondere Beziehung des Geschmackssinns zum Begegnungsraum und des Begriffs „Begegnung“ innerhalb einer gängigen Begegnungskultur erwähnen. Der Begriff „Begegnung“ ist dann mit besonderer Sorgfalt zu genießen. Der Geschmackssinn unterscheidet sich von den anderen Sinnen besonders durch das „in den Mund Nehmen“ und damit in seinem Verhältnis zum Begegnungsraum und dem zu begegnenden Anderen.

*Herausgegeben von: Chris Cuhls, Eigenverlag, Köln 2019



Handbuch der Erlebniskommunikation.

Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen

Beitrag: Die Kulinarik als Kommunikationsmedium. Mit einer Wort-Würze von Prof. Dr. Harald Lemke
Auf einem Event werden die vielfältigsten Ausdrucksformen dargeboten um die gesteckten Kommunikationsziele zu erreichen. In diesem Beitrag möchte ich deshalb einen Vorgeschmack darauf bieten, dass die Kulinarik die Kraft hat, stärker als zielführende Maßnahme zur Vermittlung von Inhalten und Botschaften genutzt zu werden. ...

*Herausgegeben: Prof. Dr. Ulrich Wünsch im Erich Schmidt Verlag, Berlin 2016



»Raumkulinarik« Porträtreihe über „Köpfe“ in der Live-Kommunikation

Der Wahlmünchner Ereigniskommunikateur Jörg Sallerbeck kennt auch das Brot- und Butter-Geschäft der Branche, vor allem aber die Speckseite der Live-Kommunikation: Automotive macht er nämlich gut, gerne und viel. Dabei kann der Konzeptionierer auch noch ganz, ganz anders. Und deshalb stellen wir ihn hier vor. Dann nutzt er nämlich sein künstlerisches Potenzial gesamt und vollständig für die Live-Kommunikation; nämlich mit der „Raumkulinarik“.

Artikel-Download:  »Köpfe«

* Event Partner Ausgabe 06/2017
Text nach Interview: Andreas Schäfer

EVENTS im WANDEL

WHAT's NEXT? 29



REINHÖREN



Klick hier

REINSCHAUEN
WHY HOW WOW



Klick hier

*Der Podcast von
Chris Cuhls*

mit JÖRG SELLERBECK



JÖRGSELLERBECK

KONTAKT: STUDIO

Jörg Sellerbeck

Lindwurmstraße 71_Rgb.
80337 München

089.79032644
0176.64107397

sellerbeck@raumkulinarik.de

