

Eyecatcher: Riesige, künstlerisch gestaltete Zahnskulpturen

Dokumentation von ästhetischem Anspruch und Innovationsbereitschaft

Karsten Ludwig

Seit einiger Zeit sieht man auf Messen, Zahnärztetagen und Kongressen regelmäßig überdimensionale, künstlerisch gestaltete Molarzähne. Oftmals sind sie die am häufigsten fotografierten Objekte auf Veranstaltungen und schaffen so außergewöhnliche Sichtbarkeit. Das kunstaffine Projekt „Giant-Art.de“ konzipiert und stellt diese Zähne her, und das seit nunmehr zehn Jahren.



Im Rahmen verschiedener stadtbezogener Projekte mit Großfiguren, z. B. dem Berliner Bären, hat das Kunstprojekt früh feststellen dürfen, dass zumeist überproportional viele Ärzte teilnehmen. Dies war die ursprüngliche Motivation des Projektes „Giant-Art.de“ zur Erstellung der riesigen Zahnskulpturen.

Bereits seit fast 20 Jahren erbringt das Unternehmen vor allem in den Bereichen Marketing und Marketingkommunikation unter Einbindung von „Kunst“ besondere Dienstleistungen in einer recht engen Nische. Das Projekt spielt in dem Segment sicherlich auf „Bundesliganiveau“. Passenderweise gehören fast alle Traditionsvereine dieser Liga, vom Hamburger SV bis zum FC Bayern München oder auch der DFB selbst, zur Kundschaft. Für Porsche erstellt „Giant-Art.de“ individuelle Skulpturen, für Volkswagen limitierte Editionen für Merchandising. Im zahnaffinen Segment, insbesondere mit den

„Giant-Art.de“-Zahnskulpturen, können z. B. die Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung oder die Deutsche Apotheker- und Ärztebank als Kunden genannt werden. Durch eine begleitete Ausstellungsreihe für einen großen Dienstleister im heilberuflichen Bankenbereich fiel das besonders ausgeprägte Kunstinteresse der zahnaffinen Berufsangehörigen auf. So wurde die Idee geboren, überdimensionale Zähne gestalten zu lassen, die geeignet sind, die Kommunikation in und vor den Praxen subtil wie nachhaltig zu unterstützen.

Nach dem Austausch mit Künstlern, die eine bildhauerische und gestalterische Leistung umsetzen, wurde deutlich, dass die Erstellung von wetterfesten Zahnskulpturen umsetzbar schien. Erste Bedenken hinsichtlich der standesrechtlichen Bewertung solcher „Kunstwerke“ konnten schnell ausgeräumt werden. Schließlich handelte es sich bei den Skulpturen nicht um Werbung, son-

dem Kunst. Daraus ergibt sich beim Aufstellen der Zähne im Außenbereich ein weiterer Vorteil. Gemäß der unterschiedlichen Landesbauordnungen bedarf es in der Regel keiner Baugenehmigung, wenn die Zähne beim Kunden aufgestellt werden.

Die Herstellung der Skulpturen

Die Zahnskulpturen werden zunächst im Bildhaueratelier geschaffen. Seit Beginn des Projektes erstellt Klemens Hechenrieder, Absolvent der Düsseldorfer Kunsthochschule, die Skulpturen in den Größen 1,45m und 2,05m Höhe. Hechenrieder ist vornehmlich Bildhauer: „Anfangs entstand eine ca. 30cm große Wachsskulptur, die verschiedenen Ärzten gezeigt und nachfolgend entsprechend der Tipps und Anforderungen optimiert wurde. Zugunsten der besseren Standfähigkeit haben wir uns für drei gleichlange Wurzeln entschieden“, berichtet der Bildhauer vom künstlerischen Eingriff in die Natur. Auf Basis des abgenommenen Modells entstehen die Zahnskulpturen in drei verschiedenen Größen. Die 30 cm großen Varianten sollten ursprünglich nur den Effekt verschiedener Gestaltungen auf den Zähnen zeigen. Sie kamen allerdings bei der ersten Präsentation so gut an, dass sie mit ins Programm aufgenommen wurden.

Das Hauptaugenmerk liegt jedoch auf den Größen 1,45m und 2,05m, die besonders gut für den Außenbereich geeignet sind. Diese Zahnskulpturen werden in einem aufwendigen Verfahren laminiert. Kunstharz wird mit Glasfasermatten in Verbindung gebracht, und es entsteht bei einem relativ geringen Gewicht von nur ca. 30kg (1,45m Höhe) bis ca. 50kg (2,05m Höhe) eine sehr feste Skulptur. Die Gestaltung kann auf Basis vorgegebener Musterdesigns erfolgen. Die Regel ist aber, dass der Kunde eigene Vorstellungen und Wünsche mitentwickelt. Auf Basis des Kunden-Briefings entsteht ein Entwurf, der die Anforderungen wiedergibt. Dabei können explizit Wünsche geäußert werden, bei denen z. B. Praxisfarben eingearbeitet oder das Praxis-Corporate-Design/die Corporate Identity berücksichtigt werden.

Nach der Freigabe der Entwürfe werden diese im nächsten Arbeitsschritt auf der Großskulptur umgesetzt. Die Frage nach der Wetterfestigkeit wird entspannt gesehen: Der Lack-Artist Martin Dippel, der das Projekt ebenfalls seit dem Start begleitet, gehört zu den Spezialisten seines Faches. Er ist insbesondere gefragt, wenn es um individuelle Gestaltungen von Flugzeugen geht. Als Referenzobjekt nennt er einen aufwendig gestalteten, echten Jet des Manchester United Football Clubs (Airbus A 320): „Die Gestaltung von Jets muss die Reibung der Luft von ca. 1.000km/h sowie Temperaturschwankungen von ca. minus bis plus 70 Grad aushalten. Da wir vom Prinzip her die Zahnskulpturen gleich bearbeiten wie einen Jet, bin ich hinsichtlich der Haltbarkeit der verwendeten Farben und Lacke wenig beunruhigt.“



Die Installation

Die Zahnskulpturen können unter Verwendung der in den Wurzelkanälen befindlichen Gewindestangen im Boden dauerhaft befestigt werden. Optional gibt es ein Rollbrett, das neben einem sicheren Stand auch die Beweglichkeit sichert. Zu erwähnen ist, dass die Skulptur der Größe 1,45m eine Breite von 0,78m hat und sich somit durch jede Standardtür bewegen lässt. Die Nettopreise der Skulpturen beinhalten neben den Entwürfen auch die künstlerische Gestaltung. Sie kosten 3.490Euro (ca. 1,45m) bzw. 5.950Euro (ca. 2,05m).

Viele Kunden bestätigen, dass die künstlerisch gestaltete Zahnskulptur geeignet war, Wahrnehmung zu erzeugen und Sichtbarkeit auf besondere Art zu schaffen. Auch dokumentiere man bereits von außerhalb gegenüber (potenziellen) Patienten Innovationsbereitschaft oder das Empfinden für Ästhetik.

Gerade die Ansprüche an diese sogenannten weichen Faktoren gilt es im Wettbewerb noch stärker zu beachten. Manche Praxen sind in diesen Bereichen schon sehr weit entwickelt, und man kann sich dort wohlfühlen. Da sich der Standard sukzessive nach oben verschoben hat, bietet Kunst eine nachhaltige Möglichkeit, sprichwörtlich von außen als innovativ wahrgenommen zu werden. Denn Marketing wird für Praxen auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation bleiben.

Kontakt



Karsten Ludwig
Giant-Art.de
– State of the Art –
Linkstraße 27
59519 Möhnese
Tel: 02924 859520
info@giant-art.de
www.giant-art.de