TEXT: ANITA KATTINGER

CHRISTIAN MIKUNDA.
Dieser Mann kennt alle Vergnügungstrends und weiß, wie sie funktionieren.

DER GEFÜHLS-MACHER

Wenn Sie länger als geplant im Shopping-Center bleiben, sind seine Inszenierungen schuld: Entertainment-Experte Christian Mikunda spielt mit unseren Gefühlen.

Gestresst setzt sich der grauhaarige Entertainment-Experte in eine der Logen des Restaurants von Spitzenkoch Helmut Österreicher im MAK. Es ist 14 Uhr: „Ich hatte noch keine Zeit für ein Mittagessen, aber jetzt reden wir einmal in Ruhe." In Ruhe ist gut, 20 bis 30 Projekte betreut Christian Mikunda derzeit. Rund 60 mal im Jahr hält der Fachmann für Experience Economy Vorträge rund um den Globus. Mikunda berät, wie Orte aufgebaut sein müssen, damit wir lachen, staunen oder entspannen beim Verweilen. Warum der Mann so gefragt ist? Weil er fühlt, wovon er spricht. „Gerade in einer Krisenzeit suchen die Menschen nach Gefühlen, die wahrhaftig und tief sind."

Wenn wir uns ein Auto kaufen, dann nicht nur, weil es fahren kann. Auch nicht, weil uns die Karosseriefarbe so gut gefällt. Wir kaufen uns ein Gefühl, das sich durch das Auto erleben lässt. Dasselbe gilt für Einkaufszentren, Shops oder Lokale: „Lassen Sie uns doch über das ‚Österreicher' hier im MAK reden. Das ist nämlich ein ausgezeichnetes Beispiel." Unbeeindruckt von den gaffenden Blicken erklärt Mikunda fuchtelnd die Hochgefühle anhand der Architektur des Restaurants. „Haben Sie vorne gesehen? Eine sakrale Spannungsachse: Das Restaurant ist wie ein Kirchenschiff. Hier auf der Seite erinnert das Kassetten-Gewölbe an das Pantheon in Rom. Ein klassisches Himmelsgewölbe wie in Tempeln. So wird Glory erzeugt – Erhabenheit. Damit wir uns aber nicht wie in einem Tempel fühlen, braucht es noch ein anderes Hochgefühl. Sehen Sie den Luster aus Glasflaschen über der Bar? Ein verspieltes Dekor-Element löst Joy aus. Eine Freude an der Überfülle. Und dort, wo wir sitzen, das ist die Chill-Ecke." Nach der Theorie des Professors funktionieren solche Inszenierungen aber nicht immer. Wir müssen die Hochgefühle auch fühlen wollen.

In seinem neuesten Buch „Warum wir uns Gefühle kaufen" schreibt Mikunda über die sieben kaufbaren Hochgefühle. Die Hochgefühle leitet der Professor von den sieben Todsünden ab. Die Medaille hat eben zwei Seiten: auch eine hellere. Glory (Erhabenheit, entstanden aus Hochmut), Joy (Freudentaumel, entstanden aus der Völlerei), Power (Kraftstärke, entstanden aus Zorn), Bravour (Raffinesse, entstanden aus Neid), Desire (Begierde, entstanden aus Gier), Intensity (Verzückung, entstanden aus Wollust) und Chill (Entspannung, entstanden aus Trägheit) – Medikamente ohne Verschreibungspflicht. Wir sündigen visuell.

Übrigens steht der Professor nicht auf der Gehaltsliste von Helmut Österreicher. Ein anderes Beispiel für gekonnte Inszenierung ist für ihn das Mercedes Benz Museum in Stuttgart. Mikunda und sein Team waren an der Umsetzung beteiligt: „Wer das Museum betritt, steht inmitten eines riesigen Atriums mit steilen Betonwänden. An den Wänden zischen drei Lifte wie Raketen in die Höhe. Damit das Ganze nicht wie eine Selbstbeweihräucherung wirkt, braucht es einen Trick. Wenn ein Lift hoch zischt, projiziert er auf der gegenüberliegenden Wand einen Film. Wir sehen, wie ein Pferd ein liegen gebliebenes Auto abschleppt, anno 1920. Auch das ist ein Mercedes. Die Marke feiert sich nicht abgehoben." Ein österreichisches Beispiel seiner Inszenierungen ist das Stadion Einkaufscenter beim Prater. Dort fühlt man sich dank LED-Videokacheln entspannt „wie im eigenen ▸

FOTO: Sandra Keplinger

JULIAN Keine Studiengebühren! Redemokratisierung der Unis! Höhere Frauenquote beim wissenschaftlichen Personal.

MAK. Durch das Gewölbe fühlen wir uns erhaben. **PARIS.** Der vertikale Garten am „Musée du Quai Branly" verblüfft.

»Ich interessiere mich überhaupt nicht für Verkaufsförderung. Ich schenke den Menschen Erlebnisse – und Hochgefühle.«

Wohnzimmer": entweder schwebt eine Blumenwiese über uns hinweg oder ein Frosch springt von Seerosenblatt zu Seerosenblatt.

Das Buch von Mikunda strotzt vor internationalen Inszenierungsexempeln – ein besonders schönes Beispiel für Raffinesse: „In Paris pflanzte ein Landschaftsarchitekt an der Fassade eines Hauses einen vertikalen Garten. Er ist der Einzige, der das kann und weiß, welche Pflanzen nach oben wachsen. Die Menschen stehen davor und staunen." Sie beneiden seine Geschicklichkeit.

Eine Stadt will inszeniert werden. Ein interessantes Projekt, das Mikunda derzeit betreut, ist die oberösterreichische Industriestadt Wels. „Ich verstehe nicht, warum die Leute immer wieder glauben, dass Städte zufällig entstehen. Auch diese werden gemacht." Künftig wird Wels Richtung der Traun hin offen sein, bisher war sie dem früher als schmutzig geltenden Fluss abgewandt. Wie das vonstatten gehen soll, will der Experte nicht verraten.

Der Professor könnte ohne Probleme den ganzen Tag über seinen Beruf, besser gesagt: seine Berufung, sprechen. Wenn Mikunda über sein Lieblingsthema Inszenieren spricht, fallen zwei Namen wie das Amen im Gebet. Denise und Julian. Seine große Liebe lernte er vor 17 Jahren an der Uni kennen. Denise war seine Studentin und hielt einen Vortrag über französische Plakate. Das war der Anfang, Sohn Julian folgte als Krönung. Die beiden schleppt der manische Gefühlsmensch von Kontinent zu Kontinent, um mit ihnen verrückte Shops, coole Hotels und atemberaubende Naturwunder zu bereisen.

Falls jetzt einige daran denken, Mikunda als Berater für schlecht besuchte Café oder unkreative Shops zu engagieren, werden sie enttäuscht. „Ich interessiere mich überhaupt nicht für die Verkaufsförderung. Ich schenke den Menschen Erlebnisse. Die sieben Hochgefühle findet man ja auch in der Natur." Zudem gilt der Experte als unbezahlbar für Kleinunternehmer. Aber: „Wir finanzieren jedes Jahr ein bis zwei Projekte pro bono. Uns hat einmal ein Bäckermeister angefragt, der erzählte, er könne meine Bücher auswendig. Daraufhin habe ich ihn geprüft." Und tatsächlich der Bäcker konnte die Seite rezitieren. Daraufhin gab's die Beratung umsonst.

DIE FAKTEN
CHRISTIAN MIKUNDA

GEBOREN AM 24.11.1957 IN WIEN. Wenn Christian Mikunda nicht in Hotelbetten schläft, wohnt er mit seiner Ehefrau Denise und seinem Sohn Julian in Wien. Aufträge, u.a.: BMW-Welt in München; Mercedes Benz Museum; Atrio Villach, Spar-Gruppe. Das Studium der Theaterwissenschaften beendete er mit einer Dissertation über die emotionale Sprache des Films, die er unter dem Titel „Kino spüren" als Buch veröffentlichte. Sein neuestes Buch „Warum wir uns Gefühle kaufen" ist im Econ Verlag erschienen.

FOTOS: AnnaBlau & Gourmet Group / Dr. Christian Mikunda

LOU Im 21.Jhdt. gabe es viele Möglichkeiten, eine barrierefreie Uni umzusetzen. Man muss es aber wollen!