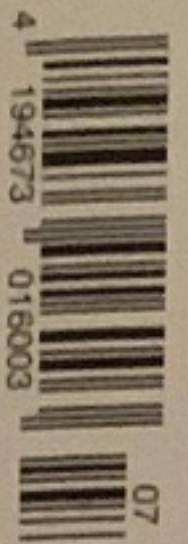
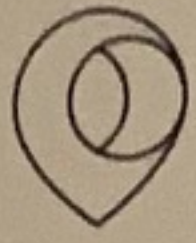


IEOH MING PEI + S+P DINKEL + FOSBURY ARCHITECTURE + KLAB ARCHITECTURE + TONSALON + 51N4E + BOURBOUZE & GRAINDORGE +

ALEXANDER THUMANN + HEIKE HANADA + JOHANSEN SKOVSTED ARCHITEKTER +

B7



D 16 €
A 1 18 €
I 19,90 €
CH 24 SFR

BAU

Juli — 19

116. JAHRGANG

Das Architektur-
Magazin

MEISTER

UNORTE

ZWISCHEN
KLOHAUS UND PUMPSTATION

FOSBURY ARCHITECTURE + KLAB ARCHITECTURE + TONSALON + 51N4E + BOURBOUZE & GRAINDORGE +

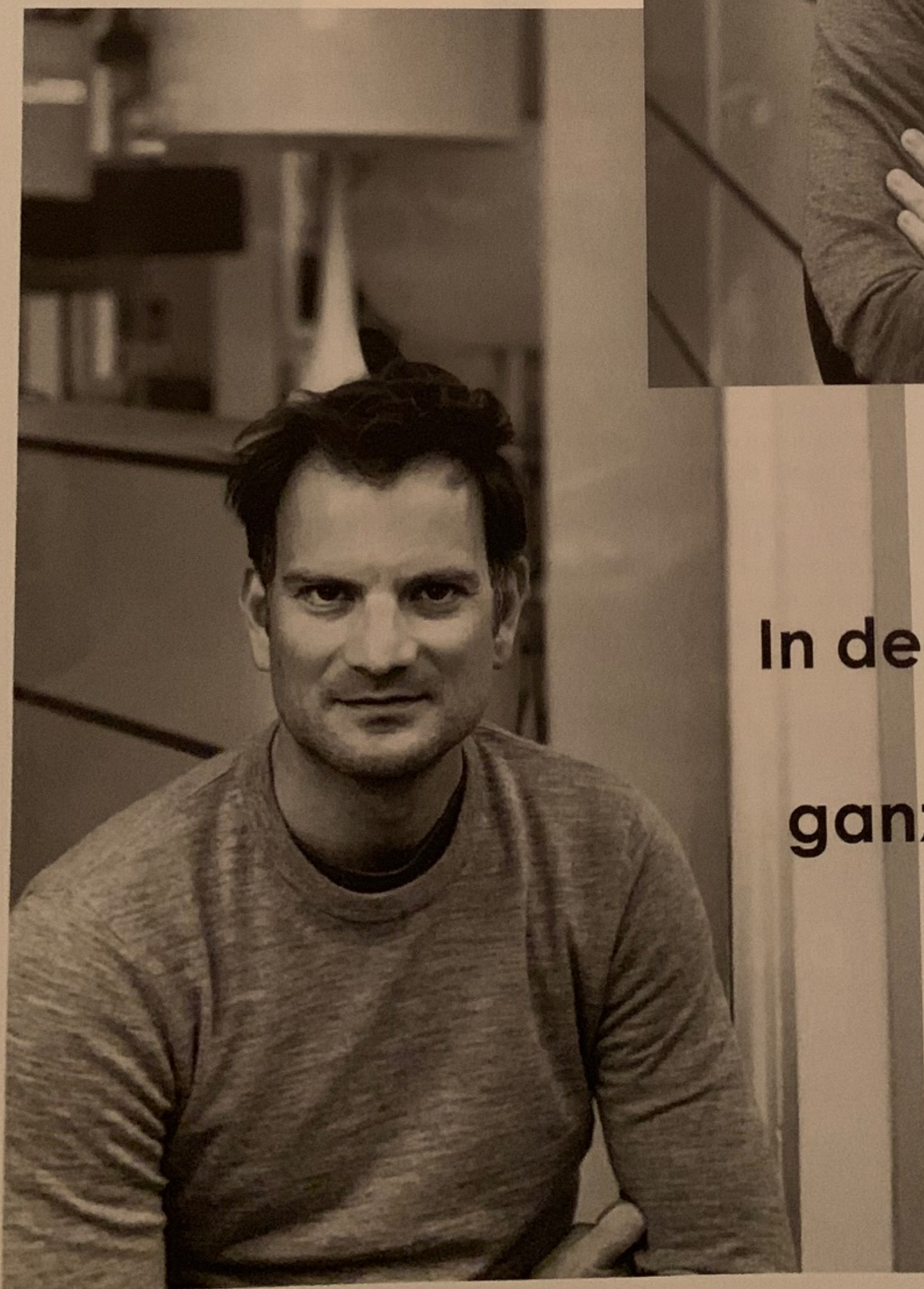
ALEXANDER THUMANN + HEIKE HANADA + JOHANSEN SKOVSTED ARCHITEKTER +



IEOH MING PEI + S+P DINKEL + FOSBURY ARCHITECTURE + KLAB ARCHITECTURE + TONSALON + 51N4E + BOURBOUZE & GRAINDORGE +

Im Hintergrund viel los

Marko Cilic (unten) und Thomas Barth (rechts) sind in der klassischen Musik verwurzelt. Ihre Abneigung gegenüber monotoner Fahrstuhl- und Lobby-Musik war Antrieb für das Start-up Tonsalon.



”
In der Klangarchitektur
haben sich
ganz neue Methoden
entwickelt.

“

Das Münchner Start-up Tonsalon erzeugt akustische Erlebniswelten, indem es in Räumen eine Sound-Architektur erschafft. Die zwei Unternehmer hinter dem Firmennamen sind ausgebildete Klassikmusiker aus Leidenschaft. Nun haben sie mit ihrer Arbeit eine Nische in einer auf den ersten Blick eher emotionslosen Branche gefunden: Sie beschallen Messestände. Doch ihre Klangarchitekturen bieten zusammen mit dem Designkonzept eine neue Ebene des Erlebens, die sich auch auf andere Räume übertragen lässt.

**Text:
Vanessa
Kanz**

Ein Vibrationsstampfer dröhnt auf Asphalt, Autos hupen, eine Polizeisirene ertönt. Zwischen den Lärm mischt sich ein markantes Timbre, elegant und nonchalant zugleich – „I want to wake up in a city that doesn't sleep“, singt Frank Sinatra. Dieses Mixtum Compositum, das ist der Soundtrack von New York: vielseitig, laut, impulsiv. Wer sich nach mehr Ruhe sehnt, flüchtet sich in den Central Park. Hier erklingen Kinderlachen und Vögel, die von den Bäumen ihr eigenes Lied von New York singen. Ein Knopfdruck von Thomas Barth genügt und holt einen zurück nach München. Stille im Büro von Tonsalon. Die Bluetooth-Boxen, die den Klang der Großstadt in den Raum katalysieren, sind aus. Aus der Traum von New York.

Thomas Barth und Marko Cilic von Tonsalon kuratieren Musiklisten, fügen atmosphärische Töne ein und erzeugen somit eine Klangarchitektur, die den gesamten Raum erfüllt. Mit ihrer Dramaturgie erzählen sie den Zuhörern eine Geschichte, die durch die Akustik in ihrem Abbild der Wirklichkeit eine höhere Stufe der Präzision und Nachempfindung erhält.

Sanfte Übergänge

Seit der 6. Klasse im musischen Gymnasium sind Barth und Cilic Freunde, seit knapp zwei Jahren Geschäftspartner. Beide absolvierten eine Gesangskarriere, Marko Cilic studierte Musik, Thomas Barth komponierte Filmmusik. So breit der Musikgeschmack von Cilic und Barth ist, so aufgeschlossen sind sie gegenüber jedem Raum-Typ: Sie bespielen Cafés, Bars und Showrooms; nach einer Installation im Müllerschen Volksbad und im Ruffini-Haus in der Münchner Altstadt war der letzte und bisher größte Coup die Gestaltung einer Klanginstallation für den Wicona-Stand auf der BAU 2019.

Der Weg von der klassischen Musik hin zur Beschallung von Messeständen ist einer, der aus unternehmerischer Sicht notwendig war. „Wir mussten eine Nische finden, mit Kunden, die bereit sind, für unsere Arbeit auch Geld auszugeben“, sagt Cilic. Die Verknüpfung mit Messe-Design hat sich als solch eine Nische herauskristallisiert. Auf der Mailänder Möbelmesse zum Beispiel hätten an drei Ständen Vögel gezwitschert – das sei das Maximum gewesen. Nach positiven Gesprächen mit Messe-Designern kam es dann vor einem Jahr, mit dem Auftrag von Wicona, zum Neuanfang der „Sound-Architekten“, wie Barth und Cilic sich auch nennen.

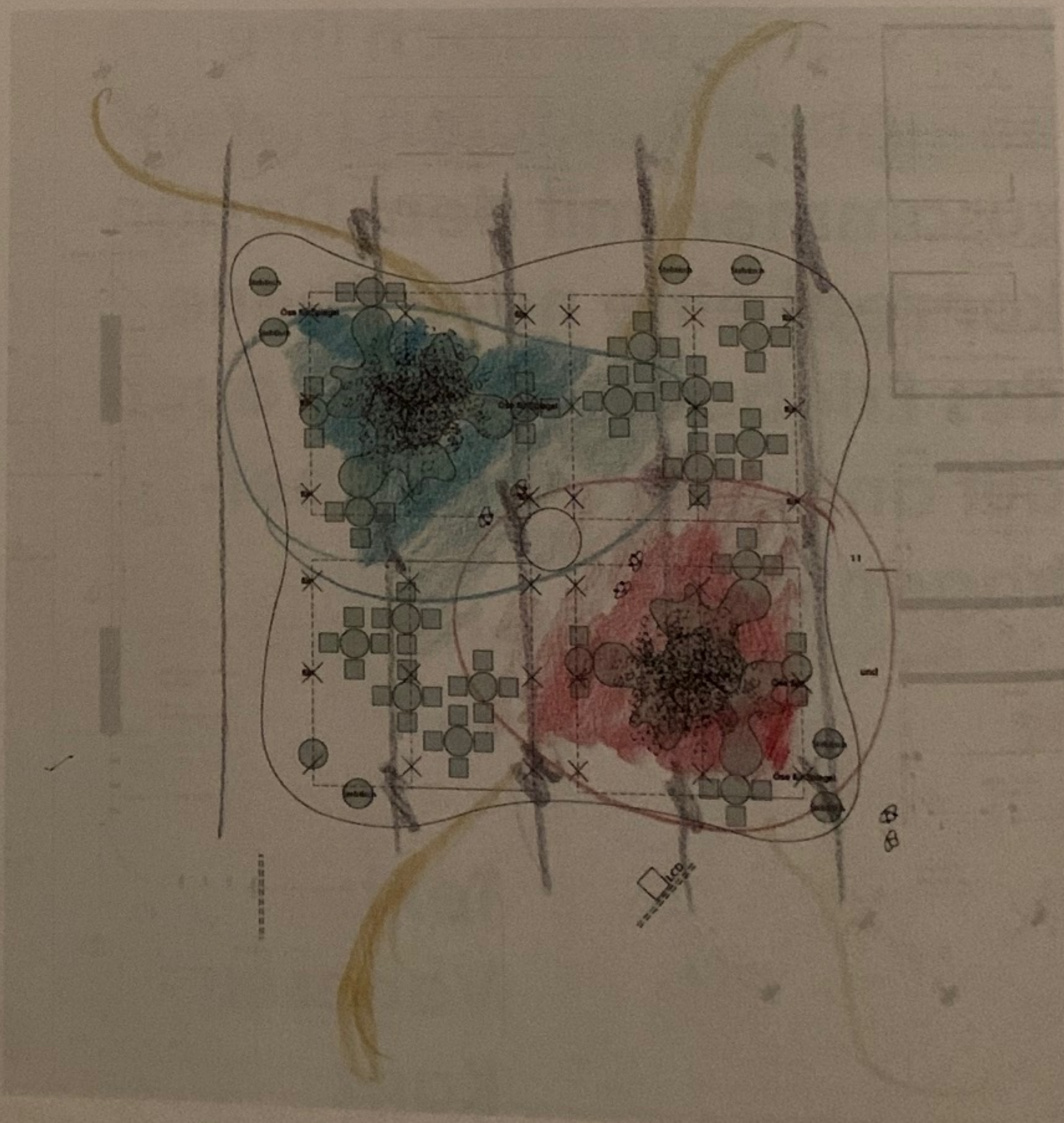
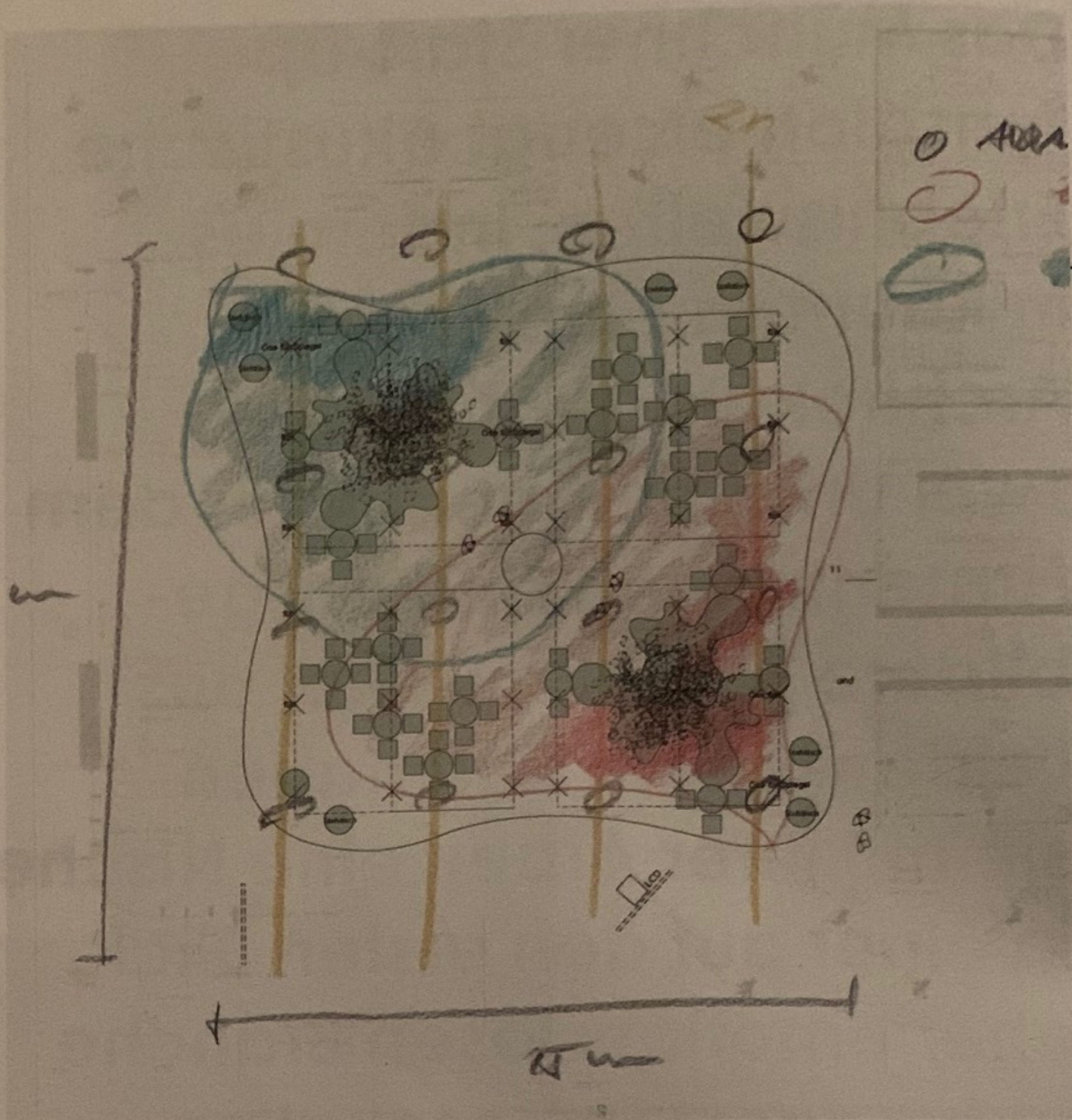
Wicona, ein internationaler Fassaden- und Fensterhersteller, verbaut seine Produkte in vielen Großstädten weltweit, deshalb fiel die thematische Ausrichtung des Messestandes auf New York. Das Design konzipierte Andi Gabony von

Atelier Seitz: Von oben hing eine Art gedrehte Skyline herab, dargestellt durch rote Kuben. Cilic und Barth entwarfen dazu die tonale Architektur, Sound- und Designkonzept sollten am Ende eine Einheit ergeben. „Die Herausforderung war, dass dieser Raum in der Vorbereitung noch nicht existierte. Wir arbeiteten mit Renderings“, sagt Marko Cilic.

Der Pavillon war mit 650 Quadratmetern recht groß, je nach Zone sollte der Besucher etwas anderes akustisch wahrnehmen. „Der Verkehrslärm war die Grundstimmung, um das Großstädtische auszudrücken“, sagt Thomas Barth. „Das lockte die Besucher an, die diese Geräusche nicht auf einer Messe erwarten.“ Für den Standbetreiber sei es wichtig, dass der Besucher in Bewegung bleibt, sich Zeit nimmt und die verschiedenen Exponate ansieht. „Die Akustik leitete die Menschen von Zone zu Zone über den gesamten Stand“, sagt Barth. Bei seinem Rundgang hörte der Besucher New York, sah es vor seinem geistigen Auge – durch die ikonischen Klänge und Lieder aus dem Big Apple. In der Mitte des Messestandes: der Central Park, nachgestellt, mit Hockern zum Sitzen. Oben drüber ein großer Spiegel sowie Boxen, aus denen Musikstücke tönten. Dramaturgisch ließen Barth und Cilic die Hintergrundgeräusche und Lieder sanft ineinander übergehen und fingen somit den speziellen Charme New Yorks auf. „Alle paar Minuten kam ein anderer Song aus fünf verschiedenen Moods“, sagt Barth. Diese fünf Moods waren Singer/Songwriter, Broadway-Musical, Bloc Party, Studio 54 und Jazz.

Die Musik ist wie der Wein

Die Moods sind Elemente einer Musiklandkarte, einem Kategoriensystem, das für den Tonsalon wie der Neufert für die Architekten ist: Fundament und Nachschlagewerk. Mit der Ausnahme, dass Barth und Cilic die Musiklandkarte immer wieder und immer weiter durch neue Stücke ergänzen. Die Idee zum Kategoriensystem kam Thomas Barth während seines Linguistikstudiums, als er als Chauffeur arbeitete. „Ich saß in so vielen Lobbys. Und immer lief die gleiche bescheidene Musik“, sagt er. Es brauchte eine musikalische Revolution für die Lobbys dieser Welt: Also entwickelte Barth jenes System, an dem sich unter anderem Barbesitzer, Hoteliers und Cafébetreiber bedienen können, und sortierte die Musikstile nach Farben: Lounge-Musik im Lilaton, Jazz eher im Braunbereich, französische Chansons in Blau, Bossa Nova in Orange. Diese und weitere Musikgenres bilden zusammen ein buntes Mosaik, hinter jeder Farbe verbirgt sich eine Liste à 100 Liedern. Ein Sammelsurium, ein Querschnitt



Tonkonzeptskizze

Der Pavillon des Wicono-Standes auf der BAU 2019 war 650 Quadratmeter groß. Das Start-up Tonsalon ergänzte zum Messe-Design das Sound-Konzept – Positionierung der Boxen, unterschiedliche Klang-Zonen, Schallrichtung und Musikauswahl. Bei der Dramaturgie musste Tonsalon die Stoßzeiten der Besucher und die Dynamik beobachten und justieren, was Lautstärke und Schallrichtung angeht.

In der blauen Zone waren Parkgeräusche und spielende Kinder, in der roten Zone Naturklänge wie Wasserrauschen und Vogelgezwitscher zu hören. Die grauen Linien symbolisieren die Arrays von Boxen, die von der Decke hingen und aus denen die Verkehrsstimmung und alle paar Minuten ein Musikstück erklangen. Die gelben Linien stehen für die Bewegungsrichtung beziehungsweise -ströme der Besucher auf dem Stand.

durch die verschiedenen Musikrichtungen und -epochen. Kunden können sich nun ihre eigene Liste zusammenstellen lassen: 10 Prozent Bossa Nova, 20 Jazz, 70 Funk & Soul. „Die Musik muss individuell für den Raum, den Nutzen und die Menschen abgestimmt werden“, sagt Barth. Er und Cilic vergleichen sich und ihre Arbeit mit einem Sommelier im Restaurant: In den wenigsten Restaurants geht es um den Wein, obschon er die perfekte Begleitung zum Essen ist. Im Tonsalon ist der Wein die Musik, die Musik der Wein. „Die

Boden, unter einem Kunstrasen vielleicht.“ Die verschiedenen Sound-Quellen sollen den Geist der Besucher wachhalten.

Hochwertig im Hintergrund

Handwerklich gute Musik hält nicht nur den Geist wach, sondern löst auch individuell etwas beim Zuhörer aus, das sich nicht unbedingt in Worte fassen lässt. Cilic und Barth, beide Musiker aus Leidenschaft und von Berufung, wissen um diesen Effekt. Das führt zwangsläufig zu der

”
**Die Musik muss individuell
für den Raum,
den Nutzen und die
Menschen abgestimmt
werden.**
“

richtige Musik kann eine perfekte Begleitung für einen Markenauftritt, für eine Präsentation, für einen Raum sein“, sagt Cilic. Während Privatkunden ihre Musiklisten selbst im digitalen Backend variieren können, setzen Messebetreiber auf das Arrangement von Tonsalon.

Den Geist wachhalten

Marko Cilic und Thomas Barth weisen jedem Kunden individuell an, welche Boxen für die entworfene Klangarchitektur notwendig sind. Ein Gewölbe muss anders bespielt werden als ein kleiner Raum. Barth und Cilic achten auf die räumlichen Elemente und Eigenheiten, studieren den Raum – oder die Entwürfe davon –, spielen mit den Klängen, die von den spezifischen Materialien widerhallen. „In der Klangarchitektur haben sich ganz neue Methoden entwickelt“, sagt Barth. Sie können die Richtung des Schalls lenken, indem sie, wie beim Wicono-Stand, die Boxen in einer Linie positionieren. Dadurch grenzen sie Geräuschzonen ab, ohne dass eine physikalische Grenze notwendig ist. Sie unterteilen Räume durch Geräusche von links, rechts, von oben oder unten. „Wir lassen die Boxen sinnvoll verlegen“, sagt Barth. „Der Sound von einem Bach kommt nicht aus einem roten Regal, sondern vom

Frage und dem leisen Widerspruch, wie vermeintlich emotionslose Produkte eines Messestandes mit hochgradig emotionsgeladenen Musikstücken zusammensetzen. Auch eine befreundete Musikerin von Marko Cilic stellte die beschreibende Phrase „hochwertige Hintergrundmusik“ von Tonsalon infrage: „Hochwertige Musik darf nie im Hintergrund spielen“, sagt sie. Die beiden Musikliebhaber nehmen es mit Humor und Professionalität. Auch wenn es in Showrooms und auf Messen um Verkauf geht, sind viele Designs temporäre Kunstwerke für sich. „Mit der Musik verlängern wir die Geschichte, die das Unternehmen erzählen will“, sagt Barth. Ob Showroom, Messe, Kunstgalerie oder das Müllersche Volksbad, Cilic und Barth eignen sich Räume an – gleich welcher Art –, ergänzen die visuelle und haptische Ebene purer Architektur durch das Hörerlebnis. Sie erschaffen ein Bauwerk innerhalb eines Bauwerks, das sich allein durch das Hören und Empfinden in seiner Gänze erfassen lässt. Wüssten die Messebesucher von dieser Tiefe, stünden sie ab sofort vor den von Tonsalon akustisch kuratierten Ständen, andächtig und auf den Lippen ein „Bravo“.

