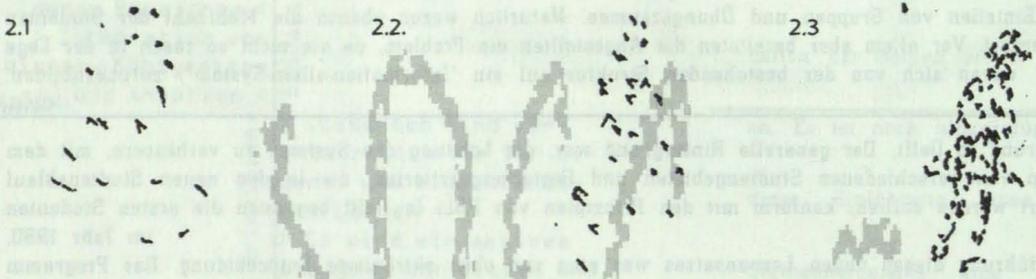
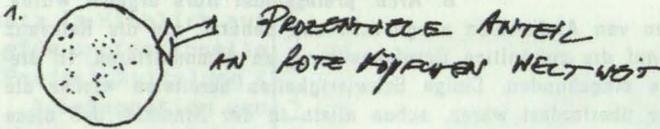


Die Rote Köpfchen 3D-Geschichte

Das Rote Köpfchen
3D Geschichte



Transformation von freibewegenden R.K.'s zu einem R.K.-Organismus

3. 3D
4. Das Rote Köpfchen (R.K.) wird definiert durch die **Anzahl und Art der Wölfe, die es trifft.**

4.1 Erste Art Wölfe sind zu erkennen durch schöne weiße glatte große Zähne und schön glatt poliertes Gehirn (ähnlich Billardball)

4.2 Zweite Art Wölfe sind zu erkennen durch raues Fell. Sie haben eine erstaunliche Basisintelligenz, können aber selbst nichts unternehmen. Sie sind gut für Sekretärarbeiten.

4.3 Dritte Art Wölfe sind nicht zu erkennen - sie spielen hinter der Bühne. Deshalb sieht man nur die Ergebnisse ihrer Arbeit.

4.4 Vierte Art Wölfe sind dadurch zu erkennen, daß sie optische Deformationen bekommen wenn sie die R.K.'s treffen, nach denen sie süchtig werden.

5. Formel für die Berechnung
des Zufallspotentials:

$$SDSG = \frac{x!}{A1! \times \dots \times A4!}$$

Zelt: 19.-22. März 1997

19. März Vernissage
20 - 22. März 15.00 - 21.00 Ausstellung
22. März Finissage

Ort: nach Absprache ev. WIST/roter
Saal

Idee/Konzept/Projektteilung
TU-Braun: Institut für Gebäudelehre und Wohnbau
bau mit dem Haus der Architektur: Harald Salko
mit Bernd Knaller-Vlay, Susanne Weigelt, Alexandra Würz

Die aus den **Alltagspraktiken** abgeleiteten Wohnbedürfnisse finden nur mittelbar Eingang in die Wohnbauplanung. Investoren, Genossenschaften, Hausbauer oder auch Architektur- und Planungsbüros legitimieren in erster Linie Typologien des Wohnens, welche einerseits in ihrer räumlichen Organisation unhinterfragt die durch traditionell-gesellschaftliche Lebensformen bedingten **Spannungsfelder** bestätigen und andererseits spekulativen Eigeninteressen dienen. Hier seien als Wohntypologien die Stereotypen „repräsentative gute Stube = Wohnzimmer + Serie von Kleinzimmern = Schlafräume = Wohnung“ angeführt, oder das Braupaar größten Gewinnstrebens mit geringster Widerstandsbereitschaft gegenüber behördlichen oder technischen Zwängen zum Thema Selbstzweck.

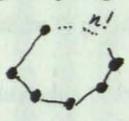
Im schmalen nicht davon infizierten Fachbereich **Architektur** schiebt sich gerade sein hoher Anspruch an die Anreicherung des Wohnens durch idealtypische Setzungen eines architektonischen Raumes - hinderlich zwischen

Erklärung: R.K. bewegt sich durch Wälder mit leicht definierten Wegen. Es werden durch einen natürlichen Zufallsgenerator Wölfe aller vier Arten geschickt, die allerdings nur die Grenze der Geschichte erreichen. Der 3DSG (3-Dimensionalen-Schicksals-Generator) bestimmt dann das Zufallspotential (siehe Punkt 5). Sozusagen erreicht nur ein Wolf die Geschichte.

x ... Anzahl aller Wölfe
A n... Art der Wölfe

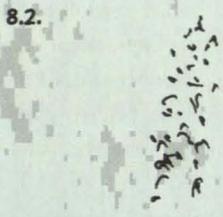
6. In dieser Nummer wird die **U.K.T. (Urknall-Transformation)** durchgeführt. Dadurch ergibt sich der Wechsel der Hauptfigur. Wolf wird Hauptfigur, R.K. wird Nebenfigur. Der Wolf ist total motiviert.

7. Könnte auch 16 sein (**16 -> 1 + 6 = 7**). In dieser Geschichte hat der 3DSG (siehe Punkt 5) Wolf vierter Art ausgesucht (siehe 4.4).



• = LIEBE ZU R.K.
 - = ERFAHRUNG
 W = ANZAHL ALLE R.K.'S
 (DURCH LEBENSDAUER
 VOM WOLF BESTIMMT)

Der Wolf geht durch den Wald und trifft R.K. Er findet das sehr wertvoll. Durch seine Motivation und Qualität, Werte zu erkennen, verliebt er sich in R.K. Der Wolf genießt R.K. mit größter Vorsicht. Er darf die Werte nicht zerstören, im Gegenteil er muß sie bereichern. Der Wolf geht weiter. Er begrüßt die Sonne und die Sonne grüßt ihn zurück. Er liebt die Sonne und die Sonne liebt ihn. Nach gewisser Zeit trifft er ein anderes R.K. Falls er das wertvoll findet, wiederholt sich die Geschichte. Diese Wiederholung kann man den DNS-Zellen vergleichen. Sie wiederholen sich, trotzdem ist keine mit einer anderen zu vergleichen. Der Wolf benutzt als Basis für alles Neues die Erfahrung der Vergangenheit, so wird folgende Struktur aufgebaut.



Der R.K. Organismus detransformiert sich wieder zu freibewegende R.K.'s.

Alles fließt.

nedkov vladislav 1997

AUSSTELLUNG
 staltung inszenierte Ausstellung. Für diese werden Arbeiten von StudentInnen, die direkt aus **Wohnwünschen** verschiedenster Berufs- und Altersgruppen entwickelt wurden, herangezogen. In formaler Anspielung auf Anlehnung an die eher populäristisch orientierten Häusbaumerassen, wird Wohnbaumesse jedoch neuartige benutzerbezogene Prototypen des Wohnens anbieten, welche ausgehend von jeweils ganz speziellen Bedürfnis eines persönlich kontaktierten Klienten erarbeitet wurden.

Wohnbaumesse zielt auf ein heterogenes Publikum mit unterschiedlichen Rezeptionsritualen - je nach beruflicher und persönlicher Position. Nicht nur Häusbauer und Wohnungssuchende als potentielle Käufer werden angesprochen, sondern vor allem auch die ProduzentInnen des Wohnbaumarktes, wie VertreterInnen von Genossenschaften, Behörden oder

KONZEPT
 Planenden: **Die Wohnbaumesse als Anbieter neuer Planungsformen.**
 Die Produktpalette beschränkt sich dabei nicht nur auf den psychischen Raum; Wohnen wird auch als ein telekommunikativ vermitteltes Projekt, als interaktiver Fernsehraum im Internet vorgestellt.

Die verinnerlichten Assoziationen der genannten Spannungsfelder werden dabei die Konzeption und die Gestaltung von Wohnbaumesse determinieren, das klassische Messeambiente, die Suche nach der individuellen Lösung oder

Wohnbaumesse
Gegensatz von Öffentlich und Privat werden dabei eine Rolle spielen. Als Ergänzung kann in abendlichen Gesprächen, Lesungen oder Diskussionen der informelle Output in das Ambiente des eigentlichen Themas gehüllt werden.