

Raumwelten 2026

SPACE IS THE PLACE

PROF. BERNHARD FRANKEN

Franken Generalplaner GmbH
Frankfurt am Main
Hochschule Düsseldorf
Peter Behrens School of Arts
Fachbereich Design · Retail Design

franken-group.com
pbsa.hs-duesseldorf.de

FR · 9.10.2026
14:00–15:00 UHR

VITA

Prof. Bernhard Franken beendete sein Studium als Dipl.-Ing. Architekt 1996 an der TU Darmstadt und an der Städelschule, Institut für Neue Medien, Frankfurt. Nach vier Jahren freiberuflicher Tätigkeit gründete er 2000 Franken Architekten, seit 2025 umfirmiert in Franken Generalplaner.

Ab 1996 war er in der Lehre unter anderem an der Universität Kassel und der SCI-Arc in Los Angeles tätig. Von 2010 bis 2013 war er Professor an der FH Frankfurt für Digitales Entwerfen, Fachbereich Architektur. Seit 2015 ist er Professor an der Peter Behrens School of Arts für 3D Kommunikation in Düsseldorf. 2025 widmete er sein Lehrgebiet in Spatial Design um.

Prof. Bernhard Franken ist seit dem „Bubble“, einem der zuerst gebauten Blobmaster-Projekte, international bekannt. Franken Architekten entwickeln Spatial Narratives von Messeauftritten und Erlebnis- und Markenwelten über Hotels, Gastronomie und Retail zu Bürogebäuden und Wohnungsbauten bis zur Quartiersentwicklung. Seine Projekte wurden weltweit in der Fachpresse veröffentlicht und mit 70 Awards im Bereich Architektur und Design ausgezeichnet.

Neben der ersten Einzelausstellung 2008 von Franken Architekten im Deutschen Architektur Zentrum Berlin waren seine Arbeiten Teil von über 60 Gruppenausstellungen, u. a. Digital Real im DAM, der Biennale in Venedig, BIACF in Korea, Performalism im Tel Aviv Museum of Art und Die Architekturmaschine in der Pinakothek der Moderne in München. Darüber hinaus hat Prof. Franken weltweit über 200 Vorträge gehalten.

A SPACE ODDITY

Wie aus Kommunikation im Raum Spatial Design wurde

Spatial Design hat sich im Diskurs der räumlichen Disziplinen als Begriff etabliert – und ist zugleich nach wie vor eine offene Frage. Es beschreibt ein Feld zwischen Architektur, Interior Design, Szenografie, Ausstellungsgestaltung, Kommunikation, Virtualität und Experience Design. Seine Grenzen sind nicht eindeutig, seine Methoden vielfältig. Vielleicht ist gerade diese Unschärfe eine Stärke: Sie eröffnet die Möglichkeit, die eigene Disziplin immer wieder neu zu denken.

In den frühen 2000er-Jahren wurde „Szenografie“ an verschiedenen Orten zum eigenständigen Diskursfeld. In Dortmund etablierten die Szenografie-Kolloquien der DASA ein regelmäßiges Forum für die Auseinandersetzung mit Ausstellung, Raum und Inszenierung. 2006 setzte die FH Dortmund mit dem internationalen Kongress „Szene 1“ und dem neuen Studienangebot Szenografie ein weiteres Zeichen. In Zürich entstand mit dem Szenografie Forum an der HGKZ bereits 2002 ein eigenes Diskussions- und Ausbildungsumfeld. Szenografie wurde damit als eigenständige Praxis zwischen Raum, Dramaturgie, Kommunikation und Erfahrung sichtbar.

Parallel dazu etablierte sich in der Kommunikationsbranche der Begriff „Kommunikation im Raum“. Der ADC entwickelte dafür einen eigenen Fachbereich und ein eigenes Wettbewerbsfeld. 2012 bezeichnete er „Kommunikation im Raum“ als ein eigenständiges Medium der integrierten Markenführung. Johannes Milla wurde zu einem wichtigen Protagonisten dieser Entwicklung. Dabei wurde „Kommunikation im Raum“ zunehmend ausdifferenziert: Was 2006 mit einer eigenen Jury begann, war 2012 bereits in fünf und 2018 in acht Bereiche gegliedert – 2023 schließlich in zwölf Kategorien. 2019 verschob sich die Perspektive erneut: Mit „Spatial Experiences“ öffnete der ADC die Kategorie für Hospitality, Corporate Interior, Retail und Public Space – ausdrücklich auch für Raumdesign ohne expliziten Kommunikationsschwerpunkt.

International konnten sich weder „Szenografie“ noch „Kommunikation im Raum“ als übergreifende Begriffe durchsetzen. „Communication in Space“ blieb eine deutsche Space Oddity. In den 2000er-Jahren begann sich Spatial Design international als Begriff für ein interdisziplinäres räumliches Arbeitsfeld zu formieren. Um 2010 war er bereits in internationalen Hochschul- und Forschungszusammenhängen präsent. Mitte der 2010er-Jahre formulierte Central Saint Martins unter dem Begriff Spatial Practices ein programmatisches Gegenmodell zu klassischen Disziplingrenzen. Architecture, Cities und Narrative Environments wurden als unterschiedliche Formen der Raumproduktion verstanden – ausdrücklich als sozialer und politischer Prozess.

Wenn sich die Grenzen verschieben, stellt sich die Frage: Wem gehört eigentlich der Raum? Ist Raum primär das Terrain der Architektur – jener Disziplin, die sich historisch gerne als „Mutter aller Künste“ verstanden hat? Oder ist die Gestaltung von Raum längst ein pluralistisches Feld, in dem Architekt:innen, Designer:innen, Szenograf:innen, Künstler:innen und Kommunikationsfachleute gemeinsam an räumlichen Wirklichkeiten arbeiten? Diese Frage wird im Panel „A Space Oddity“ mit Prof. Klaus Marek und der Branche diskutiert.

Bernhard Franken schlägt vor, Spatial Design als eine Form der Spatial Narratives zu verstehen: als Gestaltung von Raum als Medium des Weltenerzählens. Narrative, Raumbilder, Szenografie, Atmosphäre, Bewegung und Handlung verbinden sich zu einem Spacing, in dem Menschen nicht nur Betrachter:innen sind, sondern Teil eines Spatial Narratives werden. Darin liegt eine politische Dimension. Wer Räume entwirft, definiert Möglichkeiten des Handelns und der Machtausübung. Speculative Spatial Narratives könnten deshalb nicht nur bestehende sozioökonomische Verhältnisse affirmativ bestätigen, sondern alternative Möglichkeiten sichtbar und erfahrbar machen. Genau das ist die spannende Frage für die nächste Phase der Disziplin: Was wollen wir unter Spatial Design verstehen – und welche Räume und welche Welten wollen wir damit erzählen?