

Neues 3D-Illusion-Museum in Hamburg begeistert mit Kunst und Spaß

Das 3D-Illusion-Museum in Hamburg zieht am neuen Standort in der Altstadt tausende Besucher an – ein kreatives Fotoparadies wartet!

Das 3D-Illusion-Museum in Hamburg, bekannt als „Mindways 3D Trickart“, hat seine Pforten an einem neuen Standort eröffnet und zieht dabei ein breites Publikum an. Seit der Verlagerung in die Altstadt während der Sommerferien hat sich das Interesse der Besucher bemerkbar gemacht. Innerhalb der ersten zwei Wochen zählten die Verantwortlichen beeindruckende 5.000 bis 7.000 Gäste, wie Co-Gründer Carsten Dierks in einem Gespräch mit der Deutschen Presse-Agentur erklärte.

Diese hohe Besucherzahl spiegelt das Potenzial des Museums wider, das sich zum Ziel gesetzt hat, jährlich bis zu 150.000 Besucher zu empfangen. Dierks und sein Partner Peer Pubben haben bereits Erfahrung mit ähnlichen Museen, die sie in Rostock und Berlin eröffnet haben. Das Hamburger Museum selbst wurde 2018 ins Leben gerufen und war zuvor in Hammerbrook und in der Hamburger Meile in Barmbek-Süd ansässig, bevor es diesen neuen Standort wählte.

Begeisterung der Besucher

Was das 3D-Museum so einzigartig macht, ist die Interaktivität, die es den Besuchern ermöglicht, in die Kunstwerke einzutauchen. Die Besucher werden dazu ermutigt, Handys und eine Portion Kreativität sowie Schauspielkunst mitzubringen, um beeindruckende Fotos zu schießen. Egal, ob sie auf einem

Schornstein in der Hamburger Stadtmitte stehen, in einem Ruderboot einen Wasserfall hinabfahren oder sich einem Dinosaurier entkommen müssen – durch geschickte Kamerawinkel verwandeln sich die 35 großformatigen Werke des japanischen Künstlers Masashi Hattori in lebendige 3D-Darstellungen aufregender Erlebnisse.

Diese Technik, die den Betrachtern ermöglicht, Teil des Kunstwerks zu werden, trägt maßgeblich zur Attraktivität des Museums bei. Die sorgfältige Arbeit des Mindways-Teams stellt sicher, dass die 3D-Illusionen reibungslos funktionieren und den Besuchern ein unvergessliches Erlebnis bieten. Diese innovative Nutzung der 3D-Technologie spricht sowohl Kunstliebhaber als auch Abenteurer an, die auf der Suche nach neuen Erlebnissen sind.

Strategische Lage und künstlerische Vision

Die Entscheidung für den neuen Standort in der Altstadt ist strategisch zu verstehen, da diese Lage eine zentrale Anlaufstelle für Touristen und Einheimische darstellt. Der historische Charme des Viertels vereint sich mit modernen Konzepten, was das Museum zu einer must-see Attraktion für Besucher der Hansestadt macht. Die künstlerische Vision, die hinter den Illusionen steht, wird nicht nur von den Machern gefordert, sondern erfährt auch eine große Wertschätzung von den Besuchern, die aktiv mit den Kunstwerken interagieren.

Peer Pubben und Carsten Dierks halten die europäischen Rechte an den 3D-Bildern von Masashi Hattori, was dem Museum eine exklusive Note verleiht. Das Engagement der Gründer und ihr Gespür für Trends werden auch weiterhin entscheidend sein, um den Erfolg des Themas 3D-Trickart in Hamburg zu sichern.

Mit der ständigen Weiterentwicklung der 3D-Technologien und den kreativen Initiativen des Teams sind die Aussichten für das 3D-Illusion-Museum vielversprechend. Die stetige Anziehungskraft auf die Besucher deutet auf eine zunehmende

Beliebtheit hin und könnte dazu führen, dass das Museum auch in Zukunft eine herausragende Rolle im kulturellen Angebot Hamburgs spielt.

Abwechslungsreiche Erlebnisse für alle

Insgesamt zeigt das Erfolgskonzept des 3D-Illusion-Museums, dass Kunst und Technologie Hand in Hand gehen können, um ganz neue Erlebniswelten zu schaffen. Es bleibt abzuwarten, wie sich das Museum weiter entwickeln wird und welche neuen Ideen die Gründer in den Stadtkatalog für Erlebnisse einbringen werden. Das Konzept ist nicht nur ein Zeichen für die Innovationskraft in der Museumslandschaft, sondern auch ein Beispiel für die Verschmelzung von Kunst mit der Erwartung an interaktive und unterhaltsame Freizeitaktivitäten.

Hintergrundinformation

Das 3D-Illusion-Museum in Hamburg ist Teil eines wachsenden Trends, der in den letzten Jahren in vielen Städten weltweit an Beliebtheit gewonnen hat. Museen dieser Art ziehen durch ihre interaktiven und fotogenen Erlebnisse vor allem jüngere Zielgruppen an, die auf sozialen Medien wie Instagram und TikTok aktiv sind. Diese Plattformen fördern die Verbreitung von Orten, die visuell ansprechend sind und den Besuchern außergewöhnliche Möglichkeiten zur Selbstdarstellung bieten.

Die Entscheidung, das Museum in die Altstadt von Hamburg zu verlegen, könnte strategisch gewesen sein, um von einem größeren Fußfall zu profitieren. Die Altstadt ist ein zentraler und historischer Ort, der jährlich Tausende von Touristen anzieht. Integriert in die kulturelle und historische Landschaft der Stadt könnte das Museum nicht nur lokale Besucher, sondern auch internationale Touristen ansprechen.

Statistiken und Daten

Laut der Hamburg Tourismus GmbH haben die touristischen

Übernachtungen in der Stadt im Jahr 2022 einen neuen Rekord erreicht, mit über 15 Millionen Übernachtungen, was auf ein starkes Interesse an Touristenattraktionen hinweist. Dies zeigt, dass der Zeitpunkt für die Eröffnung eines neuen Museums ideal war, um von dem wachsenden Interesse an kulturellen Erlebnissen zu profitieren. Zudem haben Analysen gezeigt, dass interaktive Museen in den letzten Jahren besonders erfolgreich waren, mit einer Steigerung der Besucherzahlen um bis zu 20 % in vergleichbaren Einrichtungen in Deutschland.

Zusätzlich zeigen Umfragen, dass 72 % der Museumsgänger angeben, dass sie für ihre Besuche hauptsächlich an den Möglichkeiten für einzigartige Fotos interessiert sind. Dies spricht für die Bedeutung visueller Erlebnisse in der heutigen Zeit, insbesondere in der sozialen Medienlandschaft.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de