

etnow! #96

ENTERTAINMENT ■ TECHNOLOGY





prolight+sound



13. – 16.4.21
FRANKFURT / MAIN

The Global Entertainment Technology Show

for Light, Audio, Stage,
Media + Events

messe frankfurt



STEPHAN KWIECINSKI

Chefredakteur Entertainment Technology / ET.Now
stephan@entertainment-technology.org

Verbandsübergreifende Allianzen

Die Suche nach Wegen aus der Krise der Veranstaltungswirtschaft geht weiter. So haben sich jetzt die fünf maßgeblichen Verbände (BDKV, EVVC, ISDV, LiveKomm und VPLT) als „Forum Veranstaltungswirtschaft“ zusammengeschlossen. Damit setzen sie ihre in den vergangenen Monaten erfolgreich gewachsene Zusammenarbeit nun unter einem gemeinsamen Dach fort.

Das neue Forum bündelt seine Interessen, Netzwerke, Kompetenzen und Ressourcen, um damit und durch einen gemeinsamen Auftritt bei der politischen Lobbyarbeit noch schlagkräftiger zu sein. Der Zusammenschluss versteht sich ausdrücklich nicht als Dachverband – und das ist gut so: Jeder Partner wird die spezifischen Interessen der von ihm repräsentierten Branche auch weiterhin unmittelbar vertreten. Die Schnittmengen der politischen Erwartungen der diversen Sektoren wie der Kultur- Messe-, Kongress- und Tagungsveranstalter, Veranstaltungsstätten,

Editorial

Veranstaltungsdienstleister und Schaustellerbetriebe sowie Hersteller und Händler von Event-Technik sind jedoch groß, und alle Teilbranchen sind eng miteinander verwoben. Daher wird der Schulterschluss der Verbände die Wahrnehmung des Wirtschaftszweigs durch Politik und Öffentlichkeit erheblich erhöhen. Die fünf Verbände repräsentieren über 2000 Unternehmen aller Größenordnungen – von Solo-Selbständigen über Einzelunternehmen bis hin zu den großen Aktiengesellschaften und Veranstaltungsstätten. In den zurückliegenden Monaten haben die Verbände bereits bei dem aktuellen Rettungsdialo g kooperiert, etwa bei den unzähligen parteiübergreifenden Gesprächen mit politischen Entscheidungsträgern. Neben der Interessenvertretung stehen auf der Agenda der neuen Allianz in den kommenden Jahren aber auch Themen, die die gesamte Veranstaltungsbranche in einem immer dynamischeren Umfeld beschäftigen, u.a. Perspektiven zur Wiedereröffnung nach Corona, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Umweltschutz oder auch die Internationalisierung.

Eine weitere Gruppe von branchenführenden Unternehmen – diesmal aus dem europäischen Festivalsektor – hat sich ebenfalls zusammengetan, um gemeinsam eine sichere Rückkehr zu Outdoor Live Events bei voller Kapazität zu ermöglichen. Auf Einladung des unabhängigen Verbands europäischer Festivals, Yourope, haben sich verschiedene branchenführende Unternehmen wie AEG Presents, Eventim Live/FKP Scorpio, Goodlive, Live Nation und Superstruct Entertainment, zu der Initiative „Solution For Festivals“ zusammengeschlossen. Diese Arbeitsgruppe steht in engem Austausch mit angesehenen Experten aus den Bereichen Produktion und Sicherheit, Dienstleistungen, Gesundheit und Medizin (bezogen auf SARS-CoV-2), um die bestmöglichen Umsetzungselemente gemeinsam zu überprüfen und zu diskutieren, um Festivals unter Gewährleistung der Gesundheit und Sicherheit aller Teilnehmenden wieder stattfinden lassen zu können.

Parallel zu den neuen Allianzen fängt das vielfach herbeigesehnte Licht am Horizont mit den jetzt einsetzenden Impfungen langsam an, heller zu leuchten. Und wie in unzähligen Grüßen zum Jahreswechsel zu lesen war, kann auch ich mich nur anschließen: Es kann nur besser werden.

Herzlichst

Stephan Kwiecinski

PS Auch in diesem Jahr ist in der Heftmitte ein Jahresplaner für 2021 beigelegt, auf dessen Rückseite sich ein Bild des bislang letzten Hamburger Auftritts von Peter Maffay befindet – professionell abgelichtet von Ralph Larmann.



MULTI TOWER BASEMENT

- » Multifunktionell
- » für Groundsupport und Bühnendächer
- » als freistehende Towerkonstruktion
- » für F34, F44, iM-Type
- » intelligenter Aufbau

▶ ANWENDUNGSVIDEO





BUSINESS

UNTERNEHMEN & MÄRKTE

Aktuelle Nachrichten aus der Veranstaltungstechnik

Cubic Circle Circus – die internationale Lösung?

Crew Love Is True Love

Ohne Kunst & Kultur wird's still

Ambion: Better Now Studios

DEAplus: Kooperationsprojekt „Step 2 Future“

DEAplus: EU-Projekt „Ready 4 Future“

INTERVIEW

Hans von Burkersroda (Kultour): „Anfangs war alles noch sehr rudimentär“

Stefan Lohmann: „Wir brauchen eine nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“

François Rousies: „Die Branche muss flexibler sein als je zuvor“

FRAGEBOGEN

6 Fragen an François Rousies (Cordial)

PORTRAIT

Sennheiser

LEUTE

Das Personenkarussell der Branche

SPECIAL

POSTER

Jahreskalender 2021

Peter Maffay by Ralph Larmann

EQUIPMENT

AUSZEICHNUNGEN

Aktuelle Preise, Ehrungen und Awards

Dimedis, Hella und Harting

TON

Aktuelle Hersteller-Informationen

AV-MEDIEN-TECHNIK

Aktuelle Hersteller-Informationen

LICHT

Aktuelle Hersteller-Informationen

MIX

Aktuelle Hersteller-Informationen

10

10

10

11

21

22

22

12

12

17

18

20

23

26

27

43

44

46

48

50

ACCESS ALL AREAS

MESSEN & EVENTS

Rückblick auf sehenswerte Veranstaltungen

- Online-Messefachtagung des FAMA 52
- Online-Mitgliederversammlung der IGWW 53
- Aventem Streaming Studio: 59.100 Euro Spenden gesammelt 53
- MOSAiC-Expedition: Eisbrecher-Drifting im Nordpolarmeer 54
- Holtmann Hybrid Space: Physisch, digital oder beides 56



AV-MEDIENTECHNIK

Beispiele aus der AV-Medientechnik in der Praxis

- Riedel, Lightpower & Co: Purple Schulz, das 1. dezentrale Show-Event 58



INSTALLATIONEN

Die interessantesten Festeinbauten des Quartals

- Signify: Edeka, Hamburg 59
- ASC: Landesfunkhaus Niedersachsen, Hannover 59
- Lawo, Opernhaus, Zürich 59
- L-Acoustics: Europark, Salzburg 59



RENTAL

Was wurde wann wie eingesetzt, mit Blick über den „Tellerrand“

- Telekom 5G-Netzstart mit AO Drones 60
- Schlossprojektion mit Digital Projection 62
- Usher mit GLP 64
- Britain's Got Talent mit Green Hippo/Cast 64
- Mouse On Mars mit Meyer Sound 64
- Landesparteitag mit Ornage Productions 64
- Back To Live mit Robe 64
- Groove CD-Produktion mit Sennheiser 64



GUIDE

EDITORIAL

WHO IS WHO

TERMINE

LAST BUT NOT LEAST

IMPRESSUM

- 3**
- 6**
- 8**
- 66**
- 66**





Dr. Carsten Brosda

Bei der Jahreshauptversammlung 2020 des Deutschen Bühnenvereins wurde Dr. Carsten Brosda mit großer Mehrheit für vier Jahre zum neuen Präsidenten ernannt. Brosda ist Senator der Behörde für Kultur und Medien in Hamburg. Er folgt auf Ulrich Khuon, der das Amt nach dem Tod von Prof. Barbara Kisseler 2017 übernahm. Brosda möchte ein stärkeres Bewusstsein für die gesellschaftliche Notwendigkeit von Theatern und Orchestern schaffen.

Dr. Carsten Brosda, 1974 in Gelsenkirchen geboren, ist seit 1. Februar 2017 Senator der Kulturbehörde und seit April 2017 Senator der Behörde für Kultur und Medien. Brosda studierte Journalistik und Politikwissenschaft an der Universität Dortmund. Von 2000 bis 2005 war er Pressereferent und Redakteur, später Redenschreiber und Referent für Grundsatzfragen im SPD-Parteivorstand. Bis 2009

leitete er zudem das Referat Reden, Texte und Analysen im Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Von 2008 bis 2009 war er stellvertretender Leiter des Leitungs- und Planungsstabes im Bundesministerium für Arbeit und Soziales sowie Abteilungsleiter Kommunikation beim SPD-Parteivorstand von 2010 bis 2011. Von Juni 2011 bis Februar 2016 hatte Carsten Brosda die Leitung des Amtes Medien in der Hamburger Senatskanzlei inne, ab 2013 war er außerdem Bevollmächtigter des Senats für Medien. Ab März 2016 bis Januar 2017 war er Staatsrat der Kulturbehörde sowie Staatsrat in der Senatskanzlei für die Bereiche Medien und Digitalisierung. Seit Juli 2018 ist Carsten Brosda Co-Vorsitzender der Medien- und Netzpolitischen Kommission des SPD-Parteivorstandes, seit November 2019 Vorsitzender des Kulturforums der Sozialdemokratie.

Vitecco

Premium-HDMI-Extender vom Spezialisten

- über CAT-Kabel, auch netzwerkfähig
- über KOAX-Kabel
- drahtlos über Funk bis 200 Meter
- über das vorhandene Stromnetz
- per LWL (Lichtwellenleiter) bis 20 km

www.vitecco.de :: 0511-22007050

print?*

digital?*

online?*

etnow!*

* Infos? ---> claudia@entertainment-technology.org

DIE MEI
STEN NA
etnow!
CHRICHT
EN HABE
N WIR !!

NEU! Die News ALLER Verbände* sofort & aktuell!

* VPLT, ISDV, DTHG, VDT, BDKV, EVVC

AUMA, Deutscher Bühnenverein, FAMAB, LiveKomm, INTHEGA, BVVS, IGPV,
FAMA, BDT, BCD, BVB, BVFT, DEGA, FISAT, LITG, GDBA, VDVO

WWW.ETNOW.DE



■ Der Terminkalender im Juni 2021 füllt sich zusehends: Auch die „Best Of Events“ wird – nun mit Namenszusatz „BOE Red“ vom Januar in den Juni 2021 verschoben und tummelt sich nun im Umfeld von Stage Set Scenery, ISE & Co. Als Veranstalter reagiert die Messe Dortmund damit auf die jüngste Entwicklung der Corona-Pandemie. „Wir sind uns der schweren und existenzbedrohenden Lage bewusst, in der sich die Industrie für Event- und Erlebnismarketing befindet. Daher ist das Risiko einer kurzfristigen Absage der BOE 2021 aufgrund einer anhaltend belastenden Corona-Situation für die am stärksten betroffene Branche nicht zumutbar. Die rechtzeitige Verschiebung und der neue Termin geben ein Höchstmaß an Planungssicherheit für alle involvierten Akteure“, sagt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Unternehmensgruppe. Somit wird die internationale Fachmesse für Erlebnismarketing also vom 20. und 21. Januar auf den



9. und 10. Juni 2021 verschoben und findet damit erstmalig im Sommer statt. Aufgrund der positiven Corona-Entwicklung während der Sommer- und ersten Herbstmonate wurden die Vorbereitungen für die BOE im Januar mit höchstem Einsatz vorangetrieben. Gemeinsam mit einem Bündnis der einflussreichsten Initiativen und Verbände der deutschen Veranstaltungswirtschaft macht sich die BOE stark für eine schnelle Rückkehr zu einer neuen Corona-Normalität für die Messe- und Veranstaltungsbranche. „Mit dem Aktionsbündnis Alarmstufe Rot hat die Branche ein lautstarkes Zeichen in der Öffentlichkeit und gegenüber der Politik gesetzt. Daher will auch die Messe ein Zeichen setzen und kommenden Jahr unter dem Namen ‘BOE Red’ stattfinden“, so Loos weiter. Als Netzwerk-Plattform gibt die Fachmesse allen Branchenvertretern im Juni die Gelegenheit, sich zur aktuellen Lage sowie zu künftigen Strategien und Lösungen intensiv miteinander auszutauschen.

www.boe-messe.de

■ Am 20. und 21. Januar 2021 sollten die Hamburg Open zum zweiten Mal auf dem Hamburger Messegelände stattfinden. Nun hat die Hamburg Messe nach intensiven Beratungen mit ihrem Kooperationspartner Studio Hamburg MCI entschieden, das Innovations- und Networking Event der Broadcast- und Medientechnikbranche in 2021 nicht durchzuführen. Die Hamburg Open wären nach rund einem Jahr wieder das erste Event im Broadcast- und Medientechnikbereich gewesen. Die Hamburg Open haben sich als Mischung aus Branchentreff und Messe mittlerweile gut in der Broadcast- und Medientechnik-Branche etabliert. 2020 zeigten über 130 Aussteller den Fachbesuchern ihre Innovationen und aktuellen Branchentrends erstmals auf dem Gelände der Hamburg Messe hatten. Auch während der Corona-Pandemie hat man kaum Aussteller verloren. Selbst in den vergangenen Wochen gab es laut Veranstalter noch Buchungsanfragen. Das Team rund um das Networking-Event geht nun direkt in die Planung und die Organisation für 2022. Die Hamburg Open finden dann am 19. und 20. Januar 2022 in der Halle H des CCH - Congress Center Hamburg statt.

www.mci.de
www.studio-hamburg.de

■ Am Donnerstag, den 21. Januar 2021 heißt es: „Forum Event – Next Level“. Die Veranstaltung, initiiert von der IST-Hochschule für Management in Kooperation mit „Meet Europe“ bietet Auszubildenden, Studierenden, Quereinsteigern und Profis aus der Veranstaltungsbranche einen Vormittag gefüllt mit Weiterbildung, Networking und Gamification. Dabei ist das neue Veranstaltungsformat nicht „einfach nur digital“. Es soll vielmehr interaktiv, spielerisch und emotional sein. Der Kongress für Young & Advanced Professionals wird per Livestream auf die Online-Eventplattform Eventmobi übertragen und soll zeigen, dass auch digitale Formate emotional sein können. Kooperationspartner sind neben Eventmobi noch Doo, die Messe Dortmund sowie die Verbände Degefest und Auma. Die Teilnahme ist kostenfrei. Voranmeldungen sind ab sofort möglich.

www.doo.net

■ Auch die beliebten, nicht zuletzt wegen ihrer persönlichen Kontakte geschätzten Tagesveranstaltungen der Sennheiser Medienplaner Fachtagung mussten im Jahr 2020 nach anfänglichen Terminverschiebungen entfallen und alternativen Kommunikationsformaten Platz machen. Inzwischen sind derartige Lösungen – virtuelle Begegnung und Austausch mithilfe von Online-Verbindungen – nicht nur in der geschäftlichen Kommunikation gang und gäbe. Insofern gehorchen die Veranstalter der Medienplaner Fachtagung nicht lediglich der pandemischen Not, wenn sie die Fachtagung an fünf Terminen im Januar und Februar 2021 in Form von Online-Konferenzen umsetzen. Das Jahresthema der MPFT heißt nicht von ungefähr „Online-Kommunikation – das neue ‘Normal’ in der Medientechnik“. Denn es bezeichnet nicht nur das virtuelle Tagungsformat am Anfang des Jahres, sondern ist zugleich der rote Faden der Tagungsinhalte für das gesamte Jahr. Zu bekannten Themen wie Signalmanagement, Netzwerkintegration und Qualitätssicherung bei Audio/Video/Steuerung gesellen sich neue Herausforderungen wie etwa die konsequente Einbeziehung von Teilnehmern, welche nicht persönlich vor Ort sein können. Planer und Medientechnik-Verantwortliche in Unternehmen, Behörden und Organisationen können sich ab sofort über die Website

MEDIENPLANER FACHTAGUNG

www.medienplanerfachtagung.de anmelden. Die Online-Termine 2021: 26.01.2021 mit den Partnern Crestron und Gude; 02.02.2021 (Panasonic und Wolf Vision); 09.02.2021 (Sennheiser und Vogels); 16.02.2021 (Smart und Netzwerk Digitale Bildung) sowie der 23.02.2021 (Bose und Holzmedia).

■ Die Prolight + Sound 2021 vereint vom 13. bis 16. April die Vorteile einer physischen Messeplattform mit der Flexibilität digitaler Events. Neben Produktpräsentationen und Konferenzen auf dem Frankfurter Messegelände bietet die Veranstaltung ein breit gefächertes Angebot zusätzlicher digitaler Services. So haben Aussteller die Möglichkeit, ihre Produkte und Lösungen ortsunabhängig zu präsentieren und mit Professionals aus allen Teilen der Welt in Kontakt zu treten. Unter dem Namen „Prolight + Sound 2021 Hybrid Edition“ wird die Veranstaltung um eine App-basierte Experience-Plattform erweitert: Sie bietet innovative Tools wie KI-gestütztes Matchmaking, Virtual Round Tables und individualisierbare Unternehmensprofile. Auf mehreren Live-Streams können Nutzer die Highlights der Leitmesse von überall aus erleben. Die Besucher-Features der Experience-Plattform stehen allen Inhabern eines gültigen Tickets für die Prolight + Sound 2021 uneingeschränkt zur Verfügung. Für die Einladung ihrer Kontakte erhalten Aussteller ein unbegrenztes Kontingent an Gratis-Vouchers. Die neuen Angebote der Prolight + Sound bieten eine Komplettlösung, um klassische Messe-Erfolgsfaktoren wie direkte Kommunikation und Produkterfahrung in den digitalen Raum zu überführen. Das Streaming-Programm der Prolight + Sound 2021 wird vollständig auf Englisch ausgestrahlt. Somit unterstreicht die Veranstaltung auch und gerade in Corona-Zeiten ihren internationalen Anspruch.

www.prolight-sound.com



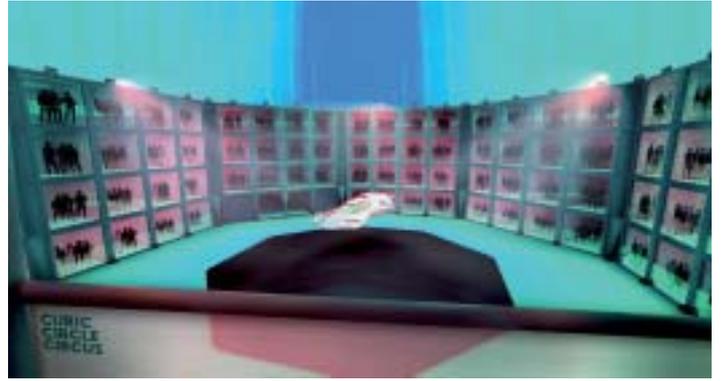
Medien- und Steuerungstechnik auf einer Plattform: mit PC-based Control



www.beckhoff.de/Medientechnik

Medientechnik neu gedacht: Als Spezialist für PC-basierte Steuerungssysteme ermöglicht es Beckhoff mit einem umfassenden und industrieerprobten Automatisierungsbaukasten, Multimedia, Gebäudeautomation sowie Entertainmentkonzepte vernetzt und integriert umzusetzen. Mit der modularen Steuerungssoftware TwinCAT und direkter Cloud- und IoT-Anbindung werden alle Gewerke von der A/V-Technik über die Gebäudeautomation bis hin zu Digital Signage Control, Device Management und Condition Monitoring, auf einer Plattform kombiniert. Hinzu kommt die maximale Skalierbarkeit aller Komponenten und die Unterstützung aller gängigen Kommunikationsstandards. So schafft Beckhoff die Grundlage für neue mediale und architektonische Erlebniswelten.





Cubic Circle Circus - die internationale Lösung?

Ein Think Tank mit Profis aus der Veranstaltungsindustrie präsentiert eine Lösung zur sicheren Durchführung von verschiedensten Eventformaten: den Cubic Circle Circus. Schöner Nebeneffekt der mobilen und multimedial ausgestatteten Location: alle Besucher sitzen in der ersten Reihe.

Die Visionäre haben eine mobile High-Tech Eventlocation konstruiert, die allen Corona-Auflagen Rechnung trägt, eine volle Besucherauslastung zulässt und gleichzeitig völlig neue Eventformate ermöglicht. Die Basis der „Cubic Circle Circus“ genannten Lösung bilden 120 modifizierte Highcube Container, die als voneinander getrennte Logen für bis zu 720 Gäste fungieren. Durch die Anordnung in Oktaeder-Form entsteht im Innenraum eine Spielfläche von mehr als 800 qm. Alle Logen haben freie Sicht auf den Innenraum und ermöglichen den Zuschauern einen vollen Rundumblick in die Arena. Somit steht auch in der Post-Corona-Zeit eine vielfältig nutzbare Arena zur Verfügung.

Technologisch ist das ortsunabhängige Plug & Play Modul mit allen denkbaren Features ausgestattet und erlaubt neben dem Live Aspekt auch die reibungslose Umsetzung von Omnichannel-Events. Augmented Rea-

lity, Multiview, Virtual Studio, Hybrid - das sind nur einige der Möglichkeiten. Damit berücksichtigen die Entwickler neben der wesentlichen Technik wie Licht und Ton sämtliche Bedürfnisse der modernen Veranstaltungsbranche. Sven Hansen von Event Safety Consult, der beim Think Tank für das Sicherheits- und Infektionsschutzkonzept sowie die jeweils lokale Genehmigungsumsetzung zuständig ist: „Uns war es bei der Planung wichtig, dass Besucher und Organisatoren wieder ein gutes und sicheres Gefühl haben, wenn sie eine Live-Veranstaltung besuchen bzw. planen. Im Cubic Circle Circus ist quasi alles gefahrlos möglich.“

Ummantelt wird der Cubic Circle Circus von einer 1800 qm großen Mesh-LED-Wand, die 360 Grad mit jedem denkbaren Content und sogar mittels Smartphones bespielt werden kann. Diese ist somit eine der größten 360-Grad-LED-Flächen der Welt. www.cubic-circle-circus.com

Crew love is true love

Das digitale Charity-Festival #lauterwerden von Tourveranstalter Live Nation und der Telekom zugunsten des eigens gegründeten Crew Nation Vereins konnte Spenden in Höhe von 813.255 Euro für Menschen hinter den Kulissen einsammeln - ein beachtlicher Erfolg.



Zeichen der Hoffnung: Mit Peter Maffay beendete am späten Sonntagabend der deutsche Künstler das digitale Charity-Festival #lauterwerden für Crews & Künstler, der im März als einer der letzten noch persönlich auf Tour waren (siehe Foto). Über zwei Tage traten neben Maffay, Adel Tawil, Die Fantastischen Vier, Eskimo Callboy, Fritz Kalkbrenner, Johannes Oerding, Joy Denalane, Lea, Milky Chance, Rea Garvey und The Boss Hoss auf. Alle Musiker verzichteten zugunsten der Crews und Solo-Selbständigen der Veranstaltungsbranche in Deutschland auf ihre Gage.

Alle Künstler spielten auf einer spektakulären XR-Bühne in einer eigens für sie kreierten Mixed-Reality-Welt, die von Live Nation zusammen mit der Telekom entwickelt wurde. Maffay, Denalane und Co. riefen zum Spenden zugunsten des Crew Nation e.V. auf und machten auf die

Situation der Veranstaltungsbranche aufmerksam. Ein wichtiges Signal, nur wenige Tage bevor Deutschland erneut in einen kompletten Shutdown ging.

Andre Lieberberg, Geschäftsführer Live Nation Deutschland betont: „Es ist wichtig, den Crews & Solo-Selbständigen nicht nur eine Stimme zu geben, sondern durch finanzielle Unterstützung dafür zu sorgen, dass nach der Krise Musik und Kultur auf den Live-Bühnen noch stattfinden kann. Daher unser besonderer Dank für die hohe Anteilnahme in Form von Spenden.“

„Ich bin überwältigt von der Unterstützung der Fans und Partner, die 813.255 Euro für die Live-Crews gespendet haben. Uns war wichtig, herauszustellen, wie viele Menschen hinter den Kulissen mitwirken, und dass es um Existenzen und Familien geht, die völlig unverschuldet vor große Herausforderungen gestellt werden. Deshalb bitten wir darum weiterspenden“, erklärt Lars-Oliver Vogt, Vorstandsvorsitzender von Crew Nation. Betroffene können in Kürze beim Crew Nation e.V. finanzielle Unterstützung beantragen.

#lauterwerden wurde im Livestream bei Magenta Musik 360 und auf #Dabei bei MagentaTV gezeigt und durch die Telekom direkt auf Fernseher, Handys, Notebooks, Tablets und Smartphones in die ganze Welt übertragen. Die Telekom stellte den #lauterwerden Livestream nicht nur kostenlos zur Verfügung, vielmehr eröffnete sie auch den Spendenmarathon und stellte Crew Nation 250.000 Euro zur Verfügung.

Alle Konzerte des #lauterwerden Festivals sind kostenlos bei Magenta Musik 360, Magenta TV in der Megathek auf Abruf sowie auf #Dabei bei Magenta TV abrufbar. Unter crewnation.org kann nach wie vor gespendet werden.

Foto: Ralph Larmann

Ohne Kunst & Kultur wird's still

Mit eindrucksvollen Aktionen, basierend auf Plakatmotiven mit Betroffenen wollte der Loop e.V. ein Statement setzen für die Kunst und Kultur. Dass das Vorhaben derartig nachhaltig geraten ist – damit hat wohl kaum jemand gerechnet.

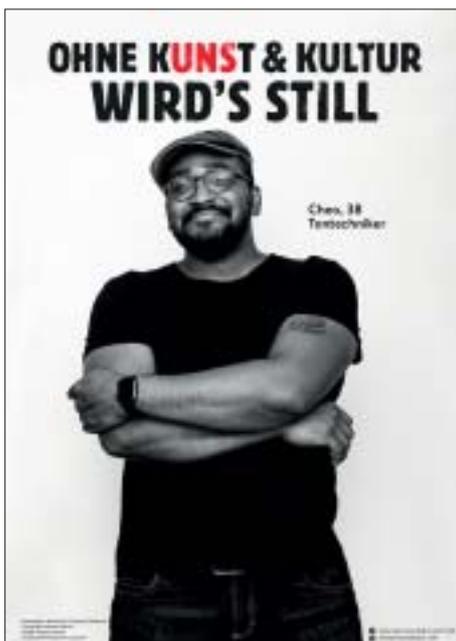


„Aktuell liegt die Kunst- und Kulturszene brach. Tausende Menschen können ihrem Beruf nicht nachgehen und ihre Existenzen sind bedroht, aber auch die kulturelle Vielfalt ist in Gefahr. Das führt zu geistiger Armut in der Gesellschaft. Alle sind von dieser Krise getroffen, aber keine Branche trifft es so hart wie die Kunst- und Kultur. Wir waren die ersten, die alles niederlegen mussten und werden die Letzten sein, die wieder uneingeschränkt arbeiten können - momentan ohne eine Perspektive und mit so wenig Unterstützung wie keine andere Branche“, sagt Maria Paz Caraccioli Gutierrez vom Loop e.V., zusammen mit Fotograf Martin

Diesch und Grafiker Patricio Handl verantwortlich für die klare Bildsprache der Motive.

„Mit unserer Kampagne möchten wir in der Gesellschaft Bewusstsein schaffen für die aktuelle Situation unserer Kunst- und Kulturszene. Wir hoffen auf Verständnis für die betroffenen Menschen und Kulturschaffenden, möchten sie sichtbar machen und ihnen Wertschätzung entgegenbringen. Der Meinungsbildungsprozess soll positiv gestärkt werden und die Bedeutung von Kunst und Kultur für unsere Gesellschaft wieder gefestigt werden“, so Gutierrez. Das ist ihnen mehr als gelungen.

www.ohnekunstundkulturwirdsstill.de



? ;E

_ aVg'Sd[fVdSUWkefW



% k [` bfg fa S` k Agfbgfz

‡ _ aVg'SdW ekefW _ [f &] S` S^ dSefWd

‡ VYfS^ dSWk

‡ _ aVg'WhadVWdYf g' VYWdix

‡ b'gY~ Ya VgdZ 'öfXWWhWd STWg` Y

‡ % " hWdUZ[WWW? ;E bcdVg] fW

fZVsfVd

TcdSVUSeF

eUZ[XTSg

_ W[WfVUZ` []

dWfS^



fZWé[Y S^ _ SefVd



„Anfangs war alles noch sehr rudimentär“

Kultour, Spezialist für mobile Bühnen, hat unmittelbar nach Beginn der Corona-Pandemie seine Pläne für 2020/2021 angepasst. Neben Investitionen in Marketing und Vertrieb entwickelte man neue Produkte, mit denen man den angestammten Markt zum Teil verlassen hat. Ein Gespräch über gestern, heute und morgen mit Geschäftsführer Hans von Burkersroda.

Vorab eine Frage: Was hat Corona bei Kultour verändert?

Wir sind bisher ganz gut durch die Krise gekommen, hatten wir doch einen sehr guten Auftragsbestand, den wir bis in den Oktober hinein abarbeiten konnten. Jetzt gerade entdecken viele unserer Kunden ihre Möglichkeit, Instandhaltungs-Arbeiten und ab Januar auch Modernisierungen ihrer Bühnen bei uns vornehmen zu lassen.

Das klingt positiver als bei vielen anderen, daher erst einmal ein Blick zurück: Heute gibt es zwei Unternehmen mit dem Namen Kultour, auf der einen Seite ein Busunternehmen im Bereich des Touring und auf der anderen Seite den Anbieter mobiler Bühnen & mehr. Wie kam es dazu?

In den späten 70er Jahren gab es bei uns in Münster einen Verein für Reisen und Touristik mit Bussen, die kleinere Reisegruppen in die „spannenden“ Gebiete in Europa brachten, etwa nach Albanien, Russland oder Island. Durch Zufall lernte ich während meiner Zeit als BWL-Student diesen Verein kennen, wurde binnen kürzester Zeit in die Organisation eingebunden und war fortan für die Disposition der Busse zuständig. Aus diesem anfänglichen Hobby wurde schließlich mit Übernahme des Vereins durch ein paar Freunde und mich ein Beruf.

Wir teilten dann die unterschiedlichen Reise-Segmente auf und gründeten einzelne, kleine Unternehmen, so etwa die heute immer noch existierende „Horizonte“, die Klassenfahrten, Schulausflüge und Gruppenreisen anbietet. Die zweite Firma hieß „Kultour“ und befasste sich mit

Tourneen. Damit waren wir quasi Vorreiter in diesem Segment und befassten uns anfangs nur mit Gruppen. Unser größter Kunde damals hieß „Internationales Institut für vergleichende Musikstudien“. Deren Aufgabe bestand darin, Künstler aus Papua-Neuguinea, Algerien und vergleichbaren Ländern aus der ganzen Welt gezielt in Europa touren zu lassen – ein halbstaatliches Unternehmen.

Das war sozusagen der Startschuss im Tourgeschäft. Und je komfortabler die Busse wurden, umso mehr Künstler kamen zu uns. Zu den ersten zählte Eric Burdon. Es war seinerzeit noch so, dass wir Sitzgruppen mit gegenüberliegenden Sitzen und Tischchen dazwischen hatten – wie in einem Bahnabteil. Wir haben dann Bretter und Matratzen darüber gelegt, sodass die Musiker dort auch schlafen konnten. Das war allerdings noch sehr rudimentär.

Aus diesen Anfängen hat sich der Kultour Tourneeservice als Teil einer größeren Firmengruppe von sechs Freunden und mir entwickelt. Mitte der 90er Jahre erwischte uns eine schwere Krise, die nicht alle Unternehmensteile überlebt haben. Im Herbst 1994 wurde dann die Firma Kultour mit dem Tourneegeschäft neu gegründet. Als das Unternehmen sich gerade wieder stabilisierte, kam die nächste Krise mit dem plötzlichen Verfall des englischen Pfunds, der dazu führte, dass die ganzen englischen Tourbusse aufgrund des günstigen Umrechnungskurses plötzlich auf dem europäischen Festland unterwegs waren. Das brachte mich zu der Frage, was man alternativ tun könnte.





Und dann sagt man sich einfach so: „Baue ich halt mobile Bühnen“?

Nicht ganz. Wie es der Zufall so will, fragte jemand, ob ich nicht eine Idee für eine große Bühne hätte, die einem Orchester Platz biete und 20 Minuten nach der Vorstellung bereits wieder verschwunden sein müsse. Nach längerer Suche fand ich die Firma Europodium im Elsass, die damals bereits mobile Bühnen baute und die gewünschte Trailerbühne im Angebot hatte. Diese mobilen Bühnen faszinierten mich dermaßen, dass ich von einem Besuch vor Ort die kleine mobile Bühne „Stagecar 3“ mitbrachte. Da es diese Art von Bühnen in Deutschland bis dato noch nicht gab, war die neue Geschäftsidee geboren.

Trotz längerer Überlegung fiel mir kein passender Name für die erste deutsche Trailerbühne ein, also nannte ich sie einfach „Willy“ – wie der Vorname. Binnen kürzester Zeit verkauften wir rund 100 Stück – und damit war „Willy“ in der Branche ein Begriff. (Foto links unten) Doch mit dem Erfolg kam auch der Wettbewerb, und es kam zu Differenzen mit dem französischen Hersteller. Also begannen wir, unsere eigenen Bühnen zu entwerfen und zu bauen. Prinzipiell hielten wir uns an „Willy“ als Muster und sind bis heute dafür bekannt, dass unsere Bühnen auf Fahrstellen montiert sind und sich ausklappen. Verglichen mit den anderen Konstruktionen spart man auf diesem Weg bis zu 90 Prozent Zeit und Personal - und letzten Endes geht es nur darum.

Gab es auch ein Vermietgeschäft?

In der Tat. Aus dem Bühnenverkauf hatte sich relativ schnell auch eine Bühnenvermietung entwickelt. Unsere 4 bis 5 Vorführmodelle wurden während der laufenden Saison vermietet und zu Saisonende abverkauft. Bereits nach kurzer Zeit war das Mietgeschäft größer als das Handelsgeschäft, sodass wir uns einige Jahre lang ausschließlich um die Bühnenvermietung gekümmert haben. Unter tatkräftiger Unterstützung von Michael Lück (Expo Engineering, Bild unten Mitte) begannen wir im Laufe der Zeit aber wieder, eigene Produkte zu entwickeln. Unsere erste gemeinsam entworfene Bühne war die Smart Stage 80, eine 10 x 8 m große

Trailerbühne, die es zu dem Zeitpunkt in Deutschland noch nicht gab. Später kamen Tribünen dazu. Diese waren besonders erfolgreich im Sport, allen voran Reiten und Radfahren. Das führte dazu, dass irgendwann unser Tribünenpark deutlich größer als unser Bühnenpark war.

Dennoch wurde der größere Vermietbereich aufgegeben – um sich auf das kleinere Herstellungs- und Verkaufsgeschäft zu konzentrieren?

Das große Problem in der Vermietung mobiler Bühnen ist die Saisonalität. Entweder hat man zu wenig Material und Personal – oder alles steht still. Also haben wir einen Schlusstrich gezogen, die vorhandenen Bühnen verkauft und die Tribünen zwar behalten, aber das Handling ausgelagert. Von dem Moment an konnten wir uns vollständig auf die Herstellung konzentrieren. Alternativ hätten wir den Markt monopolisieren und den einzigen ernstzunehmenden Mitbewerber aus dem Geschäft drängen können. Aber erstens wollte der Kollege damals nicht verkaufen, und zweitens hatten wir auch nicht das entsprechende Personal, sodass letztendlich auch die nötige Motivation fehlte. Wir haben uns also auf die Herstellung konzentriert.

War diese Umstellung eine gute Entscheidung?

2013 Haben wir die Bühnenvermietung aufgegeben und damit angefangen, den Stahlbau selbst zu machen. 2017 folgte die Aufgabe der Tribünenvermietung. Und ja: Es war eine gute Entscheidung. Wir haben trotz Aufgabe eines ganzen Geschäftszweigs nicht an Umsatz eingebüßt. Im Gegenteil: Wir haben den Verlust aus der Vermietung überkompensiert.

Sind die Kunden diesen Weg einfach mitgegangen? Schließlich geht es beim Kauf einer mobilen Bühne um erhebliche Summen, und in Zeiten wie diesen bedeutet eine Investition oftmals auch, dass bereits lange vor dem Liefertermin Gelder fällig werden...

... das nennen wir Saisonalität im Kopf unserer Kunden. Der gemeine Bühnenkunde denkt im März zu Frühlingsbeginn über Anschaffungen





nach. Er möchte die bestellte Bühne natürlich spätestens Anfang Mai einsetzen können. Eine für einen Hersteller ziemlich ungünstige Situation, kann er ja nicht nur drei Monate produzieren, sondern bestenfalls das ganze Jahr über. Heute produzieren wir große Bühnen nur auf Anfrage. Kleine Bühnen haben wir allerdings immer auf Lager.

Bestellt ein Kunde nun eine große Bühne, folgt die nächste Schwierigkeit: Er soll bei Auftragsvergabe schon für eine Finanzierung bezahlen, bevor die Ware geliefert wurde. Als Folge bestellen die Kunden wiederum eine neue Bühne so spät wie möglich. Wir als Hersteller dagegen wünschen uns im Idealfall Bestellungen gleich nach der abgelaufenen Saison, damit wir genügend Zeit für die Herstellung haben.

Ein schwierig zu lösender Balanceakt.

Keineswegs. Mit unserem Finanzierungs-Partner (*die abc-Finance GmbH – Anmerkung der Red.*) bieten wir seit kurzem einen ganz einfachen Weg, um dieses Problem zu lösen: Mit Unterzeichnung des Kaufvertrags wird eine Anzahlung fällig, die unser Partner an uns auszahlt. Die anfallenden Zinsen werden durch uns übernommen. Damit beginnt für den Kunden die Zahlung der Leasing-Rate erst bei Lieferung, also dann, wenn auch durch die Vermietung der Bühne Einnahmen fließen. Wir finden auch in Zeiten der Pandemie immer eine Lösung.

Findet die Produktion komplett hier vor Ort statt?

Die Endmontage und der Stahlbau bis ca. 10 Meter Länge findet komplett hier statt. Was größer ist, lassen wir fertigen, aber unter unserer Kontrolle. In unserem Beschichtungswerk wird beschichtet.

Wie sieht es mit dem Wettbewerb aus?

Da muss man den Markt aufteilen in die Bereiche bis 3,5 Tonnen und über 3,5 Tonnen, in Bühnengrößen gesprochen heißt das heißt, 8 x 6 m oder 9 x 7 m. Im Bereich von 3,5 Tonnen haben wir Mitbewerber, zum Beispiel in Deutschland Stagemobil oder in Österreich Stagepartner sowie ein paar ganz agile Firmen in Osteuropa, die ihr Geschäft ausschließlich über den Preis machen und unsere Produkte kopieren, ohne unser Know How zu besitzen. Aber ich denke, die Kunden erkennen auch, dass wir mit Ingenieuren arbeiten und nicht nur mit Handwerkern, die das irgendwie zusammensetzen. Unterm Strich liegt unser Marktanteil bei den kleinen Bühnen schätzungsweise bei 30 %, bei den großen bei rund 50 bis 60 %.

Wie sind die gesetzlichen Vorgaben für mobile Bühnen?

In Hinblick auf das Gesetz bewegen wir uns in einer großen Grauzone, da diese Bühnen gewissermaßen Zwitter sind: Einerseits sind es Fahrzeuge und andererseits sind es Bauwerke. Als Fahrzeuge unterliegen sie den normalen Fahrzeug-Richtlinien, und als Bauwerke unterliegen sie dem Baurecht. Wie auch beim Hausbau gibt es eine Statik, eine Bauabnahme usw., mit dem Unterschied, dass es eben ein „fliegender“ Bau ist, den man an verschiedenen Orten aufstellen kann. Die Baugenehmigung für

größere Bühnen ist das Baubuch. Davon ausgenommen sind nur Bühnen unter 5 Metern Höhe.

Das wiederum interpretieren viele Leute so, dass sie in den Segmenten unterhalb der Grenze von 5 Metern Höhe und 75 Quadratmetern Fläche die Bühne nicht als Bauwerk ansehen; und auch die Aufsichtsbehörden sagen, dass sie sich um diese Fälle nicht kümmern, was oft zu Unstimmigkeiten führt. Im Bereich über 5 Metern Höhe und über 75 Quadratmetern Fläche ist man zwingend an die Vorschriften gebunden.

Gibt es neben den gesetzlichen Vorgaben weitere zu beachtende Sicherheitsaspekte?

Man unterscheidet bei Bühnen die beiden Zustände „in Betrieb“ und „außer Betrieb“. In Betrieb muss die Bühne bis zur Windstärke 8 standhalten.

Nimmt man die Bühne außer Betrieb, entfernt man die Rücken- und Seitenwände, was auf der Bühne zu einer steifen Brise führen kann oder anders: Das Schlagzeug fliegt dann schon fast weg. Auch gibt es bei den meisten LED-Wänden Probleme, da sie eine große Windangriffsfläche bieten und man sie nicht ohne weiteres abtakeln kann. Ganz anders unserem mobilen Smart Screens: Die klappt man einfach ein - und aus dem Bauwerk wird ein Fahrzeug.

Bei den Rückwänden gibt es seit ein paar Jahren die Vorschrift, dass man von unten die Rück- und Seitenwand entfernen können muss, wenn man von dem „In-Betrieb-Zustand“ in den „Außer-Betrieb-Zustand“ wechselt und es schon ziemlich windig ist. Niemandem ist zuzumuten, bei Sturm mit einer Leiter irgendwo in 10 Metern Höhe irgendetwas abzubauen.

Also haben wir anfangs Rückwände entwickelt, die durch einen einfachen Mechanismus nach unten fallen – eine suboptimale Lösung, da die Rückwände oft nicht so fielen, wie sie sollten. Wir brauchten also eine andere Lösung: Heute ziehen wie die Rückwand komplett hoch – wie bei einer Gardine. Dann fängt zwar der Stagemanager wegen des Schlagzeugs an zu schreien, aber das muss man als Bühnenbetreiber aushalten.

Kann man bei Bedarf einer richtig großen Bühne zum Beispiel 4 kleinere Bühnen miteinander kombinieren?

So etwas kann meines Wissens nach nur der kanadische Weltmarktführer Stageline, den ich sehr respektiere. Das Unternehmen baut tatsächlich 16 Meter breit, 15 Meter hoch und 60 Tonnen schwer. Es kommen beim Einsatz mehrere Trucks, die zusammen eine hybride Bühne errichten: Ein Truck liefert den ausklappbaren Boden, ein weiterer Truck hat vier Masten geladen, die mit einem Kran eingesetzt werden und ein dritter Truck bringt das Dach, das ausgerollt und mit den Masten hochgefahren wird. Trotz des Aufwands ist das deutlich effektiver, als alles mit der Hand zu bauen.

Gibt es weitere Sonderbauten?



Es gibt auch mobile Bühnen, in denen Licht und Ton integriert ist. Da die Anforderungen und Wünsche jedoch so unterschiedlich sind, machen das die Kunden zumeist in Eigenregie.

Dann gibt es noch die Abteilung Showtrucks. Die dienen teilweise einem ähnlichen Zweck wie eine Bühne, sehen aber anders aus: Das Dach ist immer 2,50 Meter und nicht 5 Meter hoch, und sie haben auch ansonsten andere Features. Man drückt drei Knöpfe, und das Ding klappt auf – aber es bleibt immer ein Lastwagen. Die Fläche an sich ist sehr begrenzt, eine Traglast im Dach oder Traversen, an die man etwas montieren kann, ist gar nicht vorhanden.

Aber es gibt auch mobile Bühnen, die per Knopfdruck aufgebaut werden?

Alle großen Trailerbühnen arbeiten mit hydraulischen Systemen, die mit Knöpfen oder Hebeln bedient werden. Bei uns geschieht dies immer durch das Bedienteil einer Funk-Fernsteuerung. Leider reicht es aber nicht aus, nur ein paar Knöpfe zu drücken, und die Arbeit ist getan. Die hydraulische Anlage dient nur dazu, die Baugruppen zu bewegen, für die Körperkraft nicht ausreicht. Wenn die Hydraulik ihre Arbeit erledigt hat, bleibt noch genug Handarbeit zu tun: Geländer setzen, Windverbände einbauen, Spindeln anziehen usw. Dennoch ist die Zeitersparnis enorm: Im Vergleich zu einer modularen Bühne fallen beim Aufbau nur 10-15 anstelle 100-150 Mannstunden an.

Verlierer der Pandemie ist eine andere große Bewegung: Fridays For Future. Ist es in diesen Zeiten noch möglich, nachhaltig zu wirtschaften? Was ist überhaupt an mobilen Bühnen nachhaltig?

Ich sollte vor einiger Zeit einen Bericht über Nachhaltigkeit schreiben. Natürlich sammeln wir unser Regenwasser, heizen mit Holz und nutzen unseren Solarstrom vom Dach. Das habe ich alles geschrieben. Doch dann habe ich angefangen, mich mit der Nachhaltigkeit von



Stahl zu beschäftigen. Ein Produkt aus Stahl wird in der Regel drei mal recycelt. Also ein Stück Stahl wird einmal im Stahlwerk hergestellt und hält ungefähr 100 Jahre und manifestiert sich im Schnitt in drei verschiedenen Formen. Und damit sind wir bei den großen Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Viele sagen, die Stahlwerke und die Zementwerke sind die schlimmsten Umweltverpester, und da ist auch etwas dran. Aber wenn man das jetzt mal in Relation setzt zu der Lebensdauer des Produkts, dann hat es doch schon wieder eine gewisse Nachhaltigkeit, oder? Hinzu kommt die Nachhaltigkeit bei Transport und Handling

Unsere Bühnen halten 20 Jahre oder länger und kommen mit sehr wenig Wartung aus. Lediglich die Dächer (aus Plane oder Blech) müssen im Schnitt nach zehn Jahren einmal getauscht werden.

Die nachhaltige Zukunft wird im Moment überlagert von den Problemen der Krise. Die jungen Leute kommen sicherlich zurück, und werden ihre Themen setzen.

Bei einer solchen Langlebigkeit: Ist der Markt dann nicht irgendwann gesättigt?

Dieser Markt sättigt sich nicht. Unsere Klientel segmentiert sich ja. Das sind zum einen die Städte und Kommunen, die in der Regel ihre eigenen Bühnen haben und diese nach 10 bis 15 Jahren austauschen. Die Verleiher bilden die zweite Gruppe. Hier folgt das Investment anderen Regeln: Große Verleiher tauschen ihr Material regelmäßig aus. Die Lebensdauer spielt hier kaum eine Rolle, die Verleiher wollen „frisches Material“ haben, damit sie beim Kunden besser dastehen oder auch, weil sie aufgrund hoher Gewinne etwas abschreiben müssen – die Gründe sind vielfältig. Verleiher wechseln ihren Bestand an mobilen Bühnen etwa alle vier bis sechs Jahre.

Außerdem verändert sich der Markt: 8 x 6 Meter-Bühnen mit Traversen und Bühnenpode



**FLÜSTERLEISER PROFI:
EYE-740**



MOTOR. ZOOM FLICKER FREE RDM

RGBW 1 - 16°

WIRELESS SOLUTION
MADE IN SWEDEN

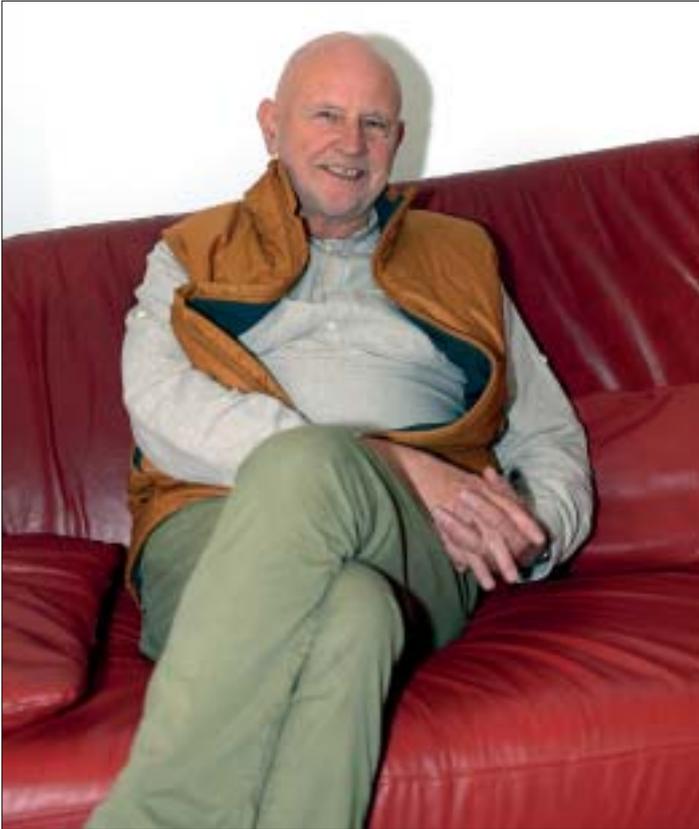


UPGRADE



Futurelight®

AGAINST DARKNESS



sten, die vor 20 Jahren noch als Renner galten, braucht heutzutage kein Mensch mehr.

Aber alle klagen über zu wenig und zu teures Personal und schreien nach effektiven Lösungen im Bereich großer Bühnen. Hier ist es nun einmal so, dass man heutzutage Personal mieten muss, das kostet mindestens 30 Euro die Stunde. Nach acht Stunden lassen die den Hammer fallen bzw. wenn sie länger arbeiten müssen, dann kosten sie 25 % mehr. Um eine große Bühne zu bauen, braucht man im Schnitt zehn Leute für zwei Tage – und das ist dann das Feld, in dem wir uns bei den großen Bühnen bewegen. Allerdings gehen unsere Überlegungen nicht in Richtung größerer Bühnen, sondern eher höherer Individualität, d.h. wie gehen seit einigen Jahren exakt auf Kundenwünsche ein, seien es veränderbare Bühnenhöhen oder seitliche Anbauten oder FOH-Bereich.

Seit rund drei Jahren sind wir auch im Maschinenraum etwas anders aufgestellt und haben auch einen Maschinenbauingenieur und einen Metallbaumeister in unseren Reihen. Diese gehen die Dinge anders an, als wir es früher als Mischung aus Praktikern, Kaufleuten und Handwerkern getan haben. Ich würde sagen, wir arbeiten heute deutlich substantieller und erreichen so die besseren Lösungen. Da auch mein Arbeitsleben wie alles irgendwann ein Ende hat, arbeitet sich seit April diesen Jahres mein Sohn Fritz als Ingenieur in das Aufgabenfeld ein, um in absehbarer Zeit das Steuer zu übernehmen.

Haben sich angesichts des vergangenen Jahres durch Corona diese Ziele des Unternehmens verändert? Sind die geplanten Neuheiten geblieben, oder hat man reagiert?

Wir haben sehr schnell nach Ausbruch der Krise die Entwicklung an unserem Programm, unsere großen Bühnen durch einfach zu handelnde Anbauten festival-tauglich zu machen, gestoppt. Wir hatten geplant, einen mobilen FOH und mobile Anbauten für unsere Großbühnen zu entwickeln. Dieses Projekt wurde auf 2022 verschoben. Wir investieren massiv in Vertrieb und Marketing und haben neue Produkte entwickelt, mit denen wir unseren angestammten Markt zum Teil verlassen.

Zum Beispiel?

Wir haben mit dem Smart Screen Guide ein digitales System zum Crowd Management entwickelt, das überall dort zum Einsatz kommt, wo Menschenströme geleitet werden sollen, von allgemeinen Veranstaltungen über Festivals, Messen oder im Verkehr bis hin zu Corona-Impf-Stationen. Das System besteht aus einem LED-Screen mit einfach zu bedienender Zuspield-Einheit, der auf einem Mast montiert ist. In der kleinen

Version ist der Mast fest und der Screen hat das Format von ca. 2 x 1 m. Die große Version hat einen Screen von ca. 4 qm, der horizontal und vertikal ausgerichtet werden kann und mit einem hydraulischen System aus einer Kiste ein- und ausfährt. Beide Systeme funktionieren plug-and-play und brauchen keinen Techniker für Aufbau und Betrieb.

Neu ist auch eine mobile Raumeinheit „Smart Space“, die sich aus einer LKW-Wechselbrücke zu einem überdachten, ca. 100 qm großen Raum mit einem 5 Meter hohen Dach ausklappt, einsetzbar etwa im Bereich Hospitality oder bei Merchandise-Einheiten auf Veranstaltungen aller Art.

Zurück zum Kerngeschäft der Bühnen: Wie lange dauert die Fertigung einer Bühne im Schnitt?

Man muss hier Herstellungsprozess im Stahlbau und den Montageprozess unterscheiden. Also eine kleine Bühne zu montieren, dauert zwischen drei und fünf Tagen. Bei den großen Bühnen gibt es Stahlbaugruppen. Da braucht man pro Stahlbaugruppe ungefähr eine Woche bei einem Schweißer – insgesamt also vier bis sechs Wochen für den Stahlbau. Die anschließende Beschichtung dauert zwei Wochen, danach folgt der Transport, und dann wird montiert. Eine Smart Stage 120 montieren wir in zwei Wochen. Zusammengefasst beträgt die reine Arbeitszeit rund acht Wochen, mit Lieferzeiten usw. das Doppelte – also 15 bis 16 Wochen für eine große Bühne.

Verkauft Kultour auch ins Ausland?

Sehr viel! Unsere Exportquote bezogen auf den jährlichen Umsatz von etwa zwei Millionen Euro beläuft sich häufig auf 50 Prozent. Wir verkaufen viel in die Schweiz, nach Skandinavien und sogar nach Australien und Afrika. Viele Kontakte entstehen über das Internet. Die Interessenten geben „mobile stage“ ein – und wir werden „ausgespuckt“. Wir pflegen einen intensiven und guten Kundenkontakt, da wir ja ausschließlich direkt verkaufen.

Auch Messen sind für uns sehr wichtig. Aber während der derzeitigen Pandemie flammt die Skepsis gegenüber Messen wieder auf. Wird es in 15 Jahren noch Messen geben, oder werden Messen durch das virtuelle Angebot ausgetrocknet? Ich denke, dass Messen verschiedene Funktionen haben, hauptsächlich „Meet & Greet“ und natürlich die Präsentation von Produkten. Meet & Greet könnte man auch anderswo machen, aber unsere Produkte zeigen können wir nur im realen konkreten Raum. Und wenn jemand eine größere Summe investiert, dann will er das Produkt real sehen – nur auf dem Papier oder im Netz reicht da nicht aus. Viele Aussteller knüpfen ihre Entscheidung an die Kosten-Nutzen-Frage und gehen mit gewissen Erwartungen auf eine Messe. Wir schrauben unsere Erwartungen gar nicht so hoch, denn – ganz ehrlich: Wir wissen nicht, was als Ergebnis bei einer Messe herauskommt. Für mich ist daher der Verkaufserfolg die Summe aus allen Marketingaktivitäten insgesamt und nicht von einer isolierten, speziellen Aktivität.

Und wie wichtig sind aus Sicht von Kultour Fachverbände wie VPLT, ISDV & Co.?

Fachverbände sind schon wichtig, wobei mein Eindruck war, dass Jens Michow mit seinen Veranstaltern (*BDKV = Bund Deutscher Konzert-Veranstalter - Anmerkung der Red.*) während der Corona-Krise am besten durchgedrungen ist, auch in der Politik und bei den Medien. Möglicherweise deshalb, weil dieser Verband das klarste Profil hat und nicht eine Reihe von Mitgliedern mit unterschiedlichsten Interessen vom Lehrling über den Solo-Selbstständigen bis hin zu Dienstleistern und Herstellern wie beim VPLT. Inwieweit die jetzt beschlossenen Maßnahmen auf welche Intervention von welchem Verband zurückzuführen ist, kann ich nicht beurteilen. Allerdings sollten sich meines Erachtens Verbände hinsichtlich ihrer Mitglieder stärker profilieren und besser vernetzen.

Noch einmal ganz zurück zum Anfang: Aus dem Freundeskreis von damals ist also einmal der Bühnenhersteller Kultour hervorgegangen. Und sonst?

Die Firma Kultour und Tourneeservice, die den gleichen Schriftzug hat wie wir, gibt es heute noch. An der Firma sind wir aber nicht beteiligt. Von den ursprünglich fünf Eigentümern ist heute nur noch die Firma Prima Klima aus Berlin aktiv. Dieser Markt hat sich entgegen meiner Erwartung sehr gut entwickelt. Dadurch, dass die Künstler heute nur noch auf Tour ihr Geld verdienen, hat sich dieser Tourneebereich unglaublich ausgeweitet. Wir alle blicken jedenfalls mit Spannung und Hoffnung auf ein baldiges Ende der Krise und positiv ins Jahr 2021.

„Wir brauchen eine nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“

Die Veranstaltungswirtschaft steht vor einer existentiellen Bedrohung und benötigt Unterstützung. Gleichzeitig verdeutlichen Corona- und Klimakrise, dass es ein einfaches „Weiter so“ nicht geben kann - sagt Live Entertainment-Spezialist Stefan Lohmann. Viele Unterstützer sind bereits jetzt seiner Meinung.

„Um langfristig den Bestand der Veranstaltungswirtschaft zu sichern, brauchen wir jetzt zwei Dinge: Den Erhalt der Firmen und Selbständigen – wie vom Bündnis Alarmstufe Rot gefordert und der Bundesregierung vorgelegt – sowie die Förderung zur Umstellung der Branche auf Nachhaltigkeit und Klimaneutralität bis spätestens 2030“, bekräftigt Lohmann, der auch Gründer von Sustainable Event Solutions ist. „Für die Umstellung auf eine zukunftsorientierte und nachhaltige Veranstaltungswirtschaft, die auch die Vorteile der Digitalisierung für den Klimaschutz nutzt, wird eine gezielte finanzielle Förderung benötigt. Die angekündigten Konjunkturpakete der Bundesregierung und die Initiativen des Europaparlamentes mit Klimapakt und Green Deal zeigen den Weg. Allerdings muss die Politik sofort aktiv werden. Wir fordern deshalb die umgehende Erstellung eines gezielten Konjunkturprogramms zur Förderung einer nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft.“

Die wichtigsten Ziele seien demnach:

1. Förderung der Investitionssummen (70 %) für Forschung, Umstrukturierung, Überprüfung der Lieferketten, Einführung von Kreislaufwirtschaft, umweltfreundliche Mobilität und Logistik, Digitalisierung, Sachanlagen, nachhaltige Eventmaterialien und Technik, Ausbildung, Weiterbildungen, Zertifikate, die eine Transformation der Veranstaltungsbranche unterstützen - unter Einhaltung der Kriterien einer nachhaltigen Veranstaltungsorganisation analog des BMU-Leitfadens
2. Langfristige Sicherung der Veranstaltungswirtschaft als wichtiger Wirtschaftszweig bei gleichzeitiger Klimaneutralität (bis spätestens 2030) und maximierter Nachhaltigkeit auf Grundlage der UN Sustainable Development Goals (SDGs)
3. Erreichung der Klimaziele von Paris u.a. durch Selbstverpflichtung der Veranstaltungsbranche auf Klimaneutralität von Veranstaltungen bis spätestens 2030 und der Einhaltung der Kriterien des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) zum nachhaltigen Veranstaltungsmanagement.
4. Vergabe aller Veranstaltungen der öffentlichen Hand auf regionaler, Landes- und Bundesebene nur unter der Bedingung einer nachhaltigen Ausschreibung und klimaneutralen Umsetzung.

Die Selbstverpflichtung der Branche, Veranstaltungen bis spätestens 2030 klimaneutral durchzuführen bezieht dabei auch die CO₂-Emissionen von An- und Abreise (Mobilität) und Übernachtung (Hotellerie) mit ein. „Damit würde ein Pilotmodell für die nachhaltige Ausrichtung einer ganzen Branche mit großer Ausstrahlungskraft hinein in die Gesellschaft (durch Festivals, Konzerte) und in andere Wirtschaftszweige (durch Messen, B2B Events, Firmenveranstaltungen) geschaffen“, so Lohmann.

Die Veranstaltungswirtschaft habe ein immenses Einsparpotenzial bei CO₂-Emissionen, Rohstoffen, Ressourcen und Energie und solle deshalb ein fester Bestandteil bei künftigen öffentlichen Investitions- und Förderprogrammen zum Klimaschutz und zur Nachhaltigkeit werden. „Moderne effiziente Techniken können und müssen endlich eingesetzt bzw. zur Marktreife gebracht werden (z.B. energieeffiziente Licht/Ton und Steuerungstechnik, nachhaltige Theatervorhänge auf Mietbasis, umweltfreundliche Generatoren, klimafreundliche Logistik, Einführung einer Kreislaufwirtschaft für Eventmaterialien).“ Investitionen in nachhaltige Lösungen dürften allerdings nicht zu einem unkalkulierbaren Risiko werden.

Lohmann ergänzt: „Der Wandel hin zu einer nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft braucht die politische Unterstützung auf allen Ebenen. Ambitionierte Nachhaltigkeitskriterien wie das geplante Umweltzeichen



Stefan Lohmann ist es schon lange ein Anliegen, dass die Eventbranche sich nachhaltig ausrichtet. So hat er u.a. dafür gesorgt, dass der Live Entertainment Award (PRG LEA) klimaneutral umgesetzt wird. Lohmann ist erreichbar unter info@stefanlohmann.de.

für Veranstaltungen müssen so schnell als möglich fester Teil von allen öffentlichen Ausschreibungen werden, damit Best Practice im Umweltschutz nicht aus Kostengründen länger außen vor bleibt, sondern im fairen Wettbewerb zur Bedingung wird.“

Um die genannten Ziele zu erreichen, will man gemeinsam ein starkes Zeichen an die Politik aber auch ausdrücklich an die Veranstaltungswirtschaft senden. Deshalb hat man sich auch außerhalb der Veranstaltungsbranche zusammengeschlossen und kooperiert mit Verbänden und der Zivilgesellschaft.

Die Unterstützer

Zu den bekanntesten Unterstützern zählen Alexander Pietschmann (CEO Adam Hall), Nico Ubenauf (Vorstand Satis + Fy), Michael Hosang (Geschäftsführer Studieninstitut für Kommunikation), Tanja Schramm (CEO Meet Germany), Sabine Loos (CEO Westfalenhallen Dortmund), Bernd Fritzes (Vorstandsvorsitzender VDVO) oder auch Jan Delay als einer der diversen Künstler).

www.stefanlohmann.de



„Die Branche muss agiler, schneller und flexibler sein als je zuvor“

Die Corona-Pandemie hat vielen Unternehmen – so auch Cordial – das Jubiläum „verhagelt“. Nachdem nun endlich eine Lösung in greifbare Nähe zu rücken scheint: Wie plant Cordial in die Zukunft zu gehen? Dies und vieles mehr im Interview mit Cordial-CEO François Rousies.

Hand aufs Herz: Eine kleine Feier hat es doch bestimmt gegeben...

Nein – natürlich haben wir unser Jubiläum nicht gefeiert – nicht einmal intern, unter uns bei Cordial. Es wäre unangebracht gewesen. Zum einen aufgrund der geltenden Hygiene-Maßnahmen, zum anderen aber auch, weil der Blick auf die Kosten dieses Jahr situationsbedingt wie überall besonders im Fokus stand. Dabei hätten wir so viele Gründe zum Feiern gehabt...

Welche zum Beispiel?

Neben dem 25-jährigen Bestehen selbst gab es in den letzten Jahren viele kleine und große Ereignisse. Ich erinnere mich zum Beispiel gern an die Einführung unserer „Road-Serie“ im Jahre 2008. Diese Kabelfamilie haben wir so robust konstruiert und verstärkt, dass selbst im rauensten Einsatz weiterhin pure Signale übertragen werden - ohne dabei Spuren von Tritten, rollenden Flight Cases usw. aufzuweisen. Der letzte große Schritt im Sommer 2018 war natürlich der Umzug in einen sehr großen nach unseren Vorstellungen neu erbauten und sogar noch erweiterbaren Gebäudekomplex.

Haben sich angesichts des vergangenen Jahres die Ziele des Unternehmens verändert?

Wie bei allen anderen Unternehmen in unserer Branche mussten wir ein verstärktes Augenmerk auf die Kosten haben. Aber wir haben nicht an der falschen Stelle gespart - eher umgekehrt: Unsere in den letzten

Jahren stark gewachsene Online-Präsenz wurde aufgrund fehlender, aber für uns wichtiger Messen, Kongresse und persönlicher Besuche sogar noch erhöht. Zusätzlich haben wir noch weiter in Lagerkapazität investiert und das Kleinteilelager hinsichtlich der Größe verdoppelt. Außerdem haben wir mit unserem neuen Partner Hal Leonard den Grundstein für Cordial in den USA und Kanada gelegt. Darüber hinaus wurde in eine vierte Produktlinie investiert, die wir Anfang 2021 einführen werden. Wir haben in der Krise antizyklisch gehandelt und investiert.

Das klingt nicht nach Abwarten und Tee trinken.

In Krisenzeiten stecken viele den Kopf in den Sand und warten, bis der Sturm vorbei ist. Meiner Einschätzung nach kann es für solche Unternehmen sehr schwer werden, den Anschluss nicht zu verpassen. Für mich war eines von Anfang an klar: Wir wollten genau das Gegenteil machen und sehen unsere nach vorn gerichtete Vorgehensweise nach wie vor sehr positiv.

Wie wichtig sind aus Sicht von Cordial Fachverbände wie VPLT, ISDV & Co. oder Aktionen wie „Night Of Light“ oder „Alarmstufe Rot“? Zudem wird kritisiert, dass die Branche nicht mit einer Stimme spricht, sondern dass sich zu viele Personen, ohne sich abzustimmen im Vordergrund positionieren, was zu Verwirrung bei allen Außenstehenden, also auch den Geldgebern der Politik führt? Ist das so? Wie könnte man das beheben?





Kundgebungen und Bewegungen wie „Night of Light“ oder die vielfältigen Aktionen wie „Alarmstufe Rot“, „Kultur verhungert“ und „Ohne Kunst & Kultur wird's still“ sind sehr hilfreich, um die desolate Situation der Branche deutlich zu machen. Das unterstützen wir natürlich voll und ganz.

Verbandlich habe ich mich schon sehr früh bei der SOMM (Society of Music Merchants, der größte deutsche Industrieverband der Hersteller und Händler von Musikinstrumenten und Musikequipment - Anmerkund d. Red.) engagiert und bin seit Jahren sogar im Vorstand. Unsere Branche ist zum Teil von sehr kleinen Betrieben besetzt. Ob Händler, Hersteller, Veranstalter oder Installationsfirmen.

Viele Anforderungen unserer Zeit können kaum noch von Einzelnen bewältigt werden, etwa Compliance mit DSGVO, Reach, ROHS, Produkthaftung oder neuerdings Anträge für Corona-Hilfen - um nur ein paar Themen zu erwähnen. Da hilft ein Verband wie die SOMM enorm. Ich würde mir wünschen, dass viel mehr Unternehmen sich Verbänden anschließen und auch dort ihren Beitrag leisten. Von den Ergebnissen der Verbandsarbeit profitieren letztendlich alle. Aber zur Vertretung unserer Branchen gegenüber der Politik in Berlin und in Brüssel – der berühmten Lobbyarbeit – brauchen wir Verbände. Ich begrüße aktuelle Allianzen und Kooperationen von Verbänden, um mit noch mehr Nachdruck mit einer Stimme zu sprechen.

Viele Unternehmen suchen sich zusätzlich alternative Beschäftigungsfelder, um drohende Verluste zumindest teilweise aufzufangen. Wie kreativ begegnet Cordial der Krise?

In den vergangenen neun Monaten habe ich sehr viel Respekt für Firmen entwickelt, die sich mit Einfallsreichtum andere, neue Kundenkreise aufgebaut und neue Betätigungsfelder eröffnet haben. Die Devise „Alles, bloß nicht abwarten und untergehen“ verdient Wertschätzung und stimmt mich positiv für die Zukunft. Bei Cordial heißt es allerdings „Schuster bleib bei deinen Leisten“. Wir werden uns dank unserer Stärken aus dieser Krise herausboxen. Aufgrund unserer Kompetenz in der Kabelentwicklung haben wir 2020 viele neue Kabel auf den Markt gebracht, vor allem im Bereich Datenkabel CAT 5, 6 und 7. Im Bereich der Kommuni-

kation orientieren wir uns sehr zukunftsorientiert an den neuen Gegebenheiten

Ein erwähnenswertes Projekt ist hier der Aufbau eines komplett neuen Medienraums inklusive moderner Einrichtung und Equipment auf höchstem technischen Niveau für die Umsetzung einer optimalen Online Außenkommunikation. Dabei sind alle Szenarien denkbar, von Live-Streaming, Video- Interviews mit Experten vor Ort über Online-Workshops bis hin zu Webinaren. Hinzu kommt in Kürze ein eigener Händler- und Presse-Bereich auf unserer Website, da sind wir mit der Realisierung schon ziemlich weit.

Was waren/sind neben dem allgemeinen Auftragsrückgang die größten Schwierigkeiten dieser Tage? Gab es Lieferengpässe oder unerwartet drastische Preiserhöhungen oder...?

Die Probleme waren durchaus vielfältig. Auf der einen Seite gab es enorme Umsatzrückgänge im Bereich „Live-Sound“, auf der anderen Seite stieg die Nachfrage nach anderen Kabeln deutlich. Dieser Umstand machte die Fertigungssteuerung umso schwieriger.

Frachten sind in diesen Tagen ein großes Thema. Alle Speditionen und Reedereien sind voll ausgebucht. Teilweise wurden Kapazitäten auf Eis gelegt, Schiffe in Trockendocks, und die Preise für Seecontainer haben sich im Vergleich zu 2019 verdreifacht. Die Planungsunsicherheit ist meines Erachtens am schwierigsten für alle Unternehmen. Fragen wie „Welche Produkte laufen in sechs Monaten?“, „Welche Kunden haben die Krise nicht überlebt?“ oder „Gibt es endlich wieder Konzerte ab Frühling 2021?“ sind derzeit schwer oder gar nicht zu beantworten. In der Folge müssen wir agiler, schneller und flexibler sein als je zuvor.

Welche Produkte haben sich im Rückblick als Renner herausgestellt, welche erleben einen Rückgang?

Vieles hat sich verschoben. Auf den ersten Blick werden Multicore Lautsprecherkabel mit dicken Querschnitten oder DMX Lichtsteuerungskabel, sogar Langstrecken CAT-Kabel zwar weniger gebraucht, wenn keine Events vor Publikum stattfinden, jedoch setzen Eventtechniker dieses Material verstärkt ein, um Broadcasting Projekte aus den Venues heraus auf die Bildschirme der Zuseher in den eigenen vier Wänden



zu transportieren. Auch die viel diskutierten Autokino-Veranstaltungen waren in den Sommermonaten ein Abnehmer für solche Signalleitungen.

Des Weiteren gab und gibt es große Zuwächse bei den Aufnahme- und Homestudios, den privaten Proberäumen oder den Streaming-Anbindungen daheim. Viele Kunden haben das Musizieren als neues Hobby entdeckt oder wiederentdeckt und ersetzen jetzt ihr altes Equipment durch neues. Das alles hat uns in der Krise erheblich geholfen. Und somit passen wir die Fertigung und die Lagerbestände entsprechend an. Produkte werden aber nicht eingestellt, sondern stehen bereit, sobald Live-Musik wieder stattfinden darf.

Der Außendienst ist derzeit (noch) mehr ein Innendienst. Wie betreibt Cordial die Kundepflege (per Telefon, Zoom, mit Webinaren, über Mailings, Social Media Preisaktionen)?

Wir wollen – wo es möglich ist – mit unseren Partnern in Kontakt bleiben, und dabei ist auch weiterhin der Außendienst ein wichtiges Thema. Daher gab es unter Einhaltung aller Vorschriften auch in diesem Jahr Vor-Ort-Besuche, wenngleich auch deutlich weniger als vor der Pande-

mie. Aber sowohl im Inland als auch erst recht mit unseren internationalen Partnern und Distributoren finden Gespräche, Trainings und Maßnahmenplanung meistens mit allen zur Verfügung stehenden Tools online statt - und das funktioniert viel besser, als man es vor einem Jahr erwartet hätte. Viele Dinge funktionieren aber auch digital nicht ganz so gut wie „face to face“. Wenn es um kreatives Brainstorming, spontane Diskussionen bei einem Treffen usw. geht, kommen digitale Plattformen schnell an ihre Grenzen. Wir freuen uns daher schon sehr auf das persönliche Wiedersehen mit unseren Kunden, Geschäftspartnern und Freunden.

Verständigt man sich „hinter den Kulissen“ mit seinen Mitbewerbern, oder geht jeder seinen eigenen Weg?

Absprachen wie etwa in anderen Branchen gibt es bei uns nicht. Unser Motto lautet „Integrity“, wir orientieren uns nicht am Wettbewerb, sondern an unseren Kunden. „Was wird gebraucht – technisch, preislich, logistisch?“ – das ist die zentrale Frage und bleibt mit Blick auf die Technologie-Entwicklungen des Marktes immer unser Focus. Das hat uns erfolgreich gemacht, und das werden wir daher sicher nicht ändern.

„ We are family! “

6 persönliche Fragen an Cordial-Geschäftsführer François Rousies

1. Wie wird man als Franzose Geschäftsführer eines führenden deutschen Kabelherstellers?

Mit 14 habe ich angefangen, Deutsch zu lernen und suchte mir einen Brieffreund in Deutschland. Er ist heute noch einer meiner engsten Freunde. Nach Schule und BWL-Studium startete ich meine berufliche Karriere bei Axon, einem französischen Hersteller hochtechnologischer Kabel, die von der Raumfahrt bis hin zur Medizintechnik eingesetzt werden, und war ab 1991 in deren Niederlassung bei Stuttgart beschäftigt. Bei Axon habe ich sehr viel über Kabel und das damit verbundenen Business gelernt. Anschließend war ich bis 2005 bei Nokia Kabel in Köln (später unter dem Namen Draka, dann Prysmian Group - Anmerkung d. Red.). Dort lernte ich viel im Bereich Broadcast-, Video-, Audio- und Datenkabel (CAT). Als Cordial Ende 2004 im Zuge des Eigentümerwechsels einen neuen Geschäftsführer suchte, war ich zur Stelle. Als mir dann 2014 das Management Buy-Out ermöglicht wurde, gab es kein langes Überlegen.



2. Welches war die beste, welches die schlechteste Entscheidung im Laufe deines Berufslebens?

Die beste war die eben erwähnte Übernahme von Cordial im Jahr 2014. Und am meisten bedauere ich, nie ein Instrument gelernt zu haben. Wenn ich auch seit der Kindheit vom Saxofonspielen träume - vielleicht nach der Krise?

3. Gibt es noch berufliche oder private Ziele?

Außer der Lust, Neues zu entdecken, habe ich privat alles erreicht, was ich mir in jungen Jahren vielleicht einmal vorgenommen

men habe. Beruflich möchte ich eines Tages mit Stolz auf Cordial zurückblicken und feststellen, dass die Firma auch nach mir kerngesund ist und hervorragend funktioniert. Wenn es soweit ist, hole ich mein Saxofon heraus und übe!

4. Was ist wichtig für einen nachhaltigen Erfolg in der Branche?

Ich bin zwar kein „Guru“, aber ich halte eine Mischung aus Fleiß, positiver Einstellung und Kreativität für wichtige Voraussetzungen. Außerdem braucht man Integrität in jeglicher Hinsicht, Leidenschaft - und Spaß.

5. Wie wird sich die Branche in den kommenden Jahren entwickeln?

Nicht zuletzt durch Corona beschleunigt, erwarte ich eine noch höhere Digitalisierung in vielen Prozessen. Meetings, Trainings, KI in vielen Feldern. Ich bin mir aber sicher, dass wir trotz alledem wieder gemeinsam Konzerte erleben, in Proberäumen musizieren und in Clubs tanzen werden.

6. Ehrliche Antwort: Wer kommt zuerst: Cordial oder die Familie?

Die Familie! Und die ist ziemlich groß, sehr wichtig in meinem Leben und eine riesige Energiequelle. Hinzu kommen enge Freunde.

Beruflich habe das Glück, seit 15 Jahren bei Cordial zu sein. Und wir bei Cordial sind mit unseren Partnern, Kunden und Endorsees auch eine Familie geworden - eine berufliche. Viele kennen unsere „Cordial Family Talks“: Das ist keine Strategie, sondern unsere Art, zu leben und zu arbeiten. Also ob Familie im ursprünglichen Sinn oder Cordial: We are family!

Besser jetzt

Für alle digitalen Produktionen bietet Ambion in den neuen „Better Now Studios“ alles, was derzeit für eine digitale Produktion wirklich gebraucht wird.



Produktpräsentationen, Ansprache zu den Mitarbeitern, Diskussionspanels, Vorstandsentscheidungen, Konferenzen und vieles mehr steht auf der Agenda vieler Unternehmen. All diese Events müssen jetzt und in nächster Zeit neu gedacht werden. Viele Unternehmen sind aktuell dazu gezwungen, sich neu aufzustellen, digitaler zu denken, neue Wege zu gehen und bekannte Formate und Produkte dementsprechend umzugestalten. Aber wie, wenn analoge Events derzeit nicht umgesetzt werden können?

Die Antwort liegt auf der Hand: digital. Und schon stellen sich die nächsten Fragen: Funktioniert ein analoges Format auch digital? Wie wird eine lebendige Ansprache an fiktive Zuschauer gestaltet, wenn kein Live-Publikum vor Ort ist? Welche Technik und Umgebung wird für die Umsetzung benötigt und wie funktioniert ein reibungsloser Ablauf zwischen all diesen Komponenten? Wann ist der richtige Zeitpunkt, um sich dieser Sache anzunehmen?

Darauf gibt Veranstaltungstechnik-Dienstleister Ambion jetzt eine passende Antwort: Die neuen „Better Now Studios“ bieten mit den Bausteinen Concept, Train, Produce und Deliver verschiedene Leistungen an,

die einzeln oder als Gesamtpaket gebucht werden können.

Von der Idee und Konzeption des digitalen Events über Studio-Workshops sowie Moderations- und Präsenztrainings bis zur Produktion und Distribution auf der eigenen Webseite ist alles möglich. Die dazu entwickelten Studio-Bausteine können je nach Bedarf zusammengestellt werden. Experten aus ganz Deutschland stehen dabei zusätzlich für Support und Training bereit. Mit diesem modularen Konzept will sich Ambion von anderen Studios abheben. „Wir wollen einen niedrighschwelligigen Zugang für alle, damit sie mit digitalen Produktionen warm werden können“, sagt Ambion-Marketingleiter Christian Hecker.

Licht, Ton, Medientechnik - die Möglichkeiten sind skalier- und erweiterbar, egal ob es das echte Setting oder eine virtuelle Erweiterung der Studios durch XR betrifft. „Von einer kleinen smarten und interaktiven Produktion bis zur abgedrehten fiktiven Welt, die von Kameras wieder eingefangen wird, ist hier alles denkbar“, so Hecker. Dem ersten Standort in Hamburg folgt ab Dezember ein besonderer Standort in Kassel. Weitere sind in Planung.

www.better-now-studios.de

Die neue 6 Yfi Zg\ UZhdÜ]W hj Yfg]W Yfi b[für technische Berufe/Firmen der Veranstaltungsbranche

K]f\ UVYb\]\f\ [Ubn\j]Y`B Yi Yg`a]h[Y[YVYb.`

Â 5.000.000 € Standard-Versicherungssumme (auch für Bearbeitungsschäden)

Â bis zu fünf Aushilfen (auch Freie)

Â weniger und geringere SB

Â USA/Kanada optional

Â auch Rigger + Meister zuschlagsfrei

Â erweiterbar auf echte Vermögensschäden für Planer und Fachleute für Veranstaltungssicherheit!

VARIANTE A
ab 238,00 €
pro Jahr

VARIANTE B
inkl. der echten
Vermögensschäden
ab 595,00 €
pro Jahr

Unser Grundsatz:

A Y\ f`@Y]ghi b[`ni `Y]bYa `k Y]hYf\]b`gY\ f` [i hYb `>U\ fYgVY]hfU [`



schwandt.
www.events-versichern.de

Step 2 Future

Das DEAplus-Kooperationsprojekt „Step 2 Future“, ein Training für Auszubildende in Kulturzentren, hat zum Ziel, die Ausbildungsqualität zu steigern.



Damit die Vermittlung praktischer Kompetenzen für angehende Fachkräfte für Veranstaltungstechnik sowie Veranstaltungskaufleute auch in diesen Zeiten nicht zu kurz kommt, bilden die drei hannoverschen Kulturzentren Musik Zentrum, Faust und Pavillon zusammen mit der Deutschen Event Akademie seit kurzem die Kooperation „Step 2 Future“. Mit Hilfe eines speziellen Konzepts will man die Kenntnisse und Fähigkeiten der Auszubildenden vor allem durch praktisches Trainieren und Vertiefen festigen.

Die drei freien Einrichtungen engagieren sich schon länger in der hochwertigen Ausbildung von Nachwuchskräften. Christoph Lubrich, technischer Leiter und Ausbilder im Kulturzentrum Pavillon beschreibt die Ausgangssituation: „Durch die Schließung unserer Zentren im März fiel für unsere Auszubildenden von heute auf morgen der praktische Teil der Berufsausbildung weg. Die Stadt Hannover ist Trägerin der Ausbildungsverhältnisse in unseren Kulturzentren. Die Verantwortung, eine vollumfängliche Berufsausbildung zu gewährleisten, tragen wir gegenüber der Landeshauptstadt - vor allem jedoch gegenüber unseren Azubis.

Wir wollten keinen ‘Corona-Jahrgang’. Daher war uns sofort klar, dass wir gemeinsam mehr erreichen. So kam es schließlich zur Kooperation mit der DEAplus.“

„Lerninhalte aus der Berufsschule lassen sich inhouse in unseren Betrieben unmittelbar praxisnah vertiefen und gezielt erweitern. Das gemeinsame Lernen unserer Azubis ist ein sehr dialogorientiertes und nachhaltiges Erlebnis“, schildert Sabine Busmann, Geschäftsführerin und verantwortliche Ausbilderin im Musikzentrum. Soviel Engagement begeistert auch DEAplus-Geschäftsführerin Anke Lohmann, die auch selbst als Dozentin das Projekt unterstützt.

Das Themenspektrum von Step 2 Future umfasst technische Handlungskompetenzen in den Bereichen Audio, Video, Lichtdesign, Rigging, Elektrotechnik und wird von Themen wie Veranstaltungsorganisation flankiert. Trainiert wird praxisnah vor Ort in jeweils einem der drei Ausbildungsbetriebe.

www.deaplus.org

Ready 4 Future

Die DEAplus koordiniert neues EU-Projekt

Mit dem Ziel, insbesondere die prekäre Lage selbständiger Einzelunternehmen der Veranstaltungsbranche intensiv zu beleuchten, ist kürzlich das europäische Netzwerkprojekt „Ready 4 Future“ gestartet. Das Projekt ist auf die fachliche Qualifizierung und ergänzende Skills für Selbständige und Ein-Personen-Unternehmen in der Messe- und Veranstaltungswirtschaft ausgerichtet. Die Koordination des transnationalen Projekts liegt in den Händen der Deutschen Event Akademie (DEAplus). Das zunächst einjährige EU-Projekt wird kofinanziert durch das Programm Erasmus+.

In der weltweiten Krisensituation, ausgelöst durch die Corona-Pandemie, ist die internationale Veranstaltungswirtschaft weitestgehend zum Erliegen gekommen. Wann und wie es gelingt, Veranstaltungen mit einer größeren Anzahl von Menschen wieder wirtschaftlich sinnvoll durchzuführen, ist aufgrund des hochdynamischen Corona-Infektionsgeschehens trotz jetzt beginnender Impfungen nicht absehbar. Eine wichtige Priorität der Kooperation liegt daher auf der Identifizierung der in Zukunft essenziellen Kompetenzen von Solo-Selbständigen in der Veranstaltungsbranche, und wie diese - auch durch entsprechende Qualifizierung - gefördert und gestärkt werden können.

R4F

Projektpartner sind Branchenvereinigungen, Hochschulen, Beratungsunternehmen und Bildungseinrichtungen aus Belgien, Deutschland, Liechtenstein, den Niederlanden und Österreich. Experten aus der Berufsbildung sowie der unternehmerischen Praxis werden aktiv in den Projekt-Prozess eingebunden.

www.deaplus.org

SENNHEISER



1945 gegründet, feiert Sennheiser 2020 sein 75-jähriges Bestehen. Das Familienunternehmen, das in der 3. Generation von Dr. Andreas Sennheiser und Daniel Sennheiser geführt wird, ist heute einer der führenden Hersteller von Kopfhörern, Lautsprechern, Mikrofonen und drahtloser Übertragungstechnik. Der Umsatz lag 2018 bei 710,7 Mio. Euro.



Daniel (links) und Dr. Andreas Sennheiser



Evolution-Halle, Production Technology Centre (unten)

„Wir freuen uns sehr, in diesem Jahr unser Jubiläum zu feiern - und damit auch unsere 75-jährige Geschichte, die nicht nur von außergewöhnlichen Ideen und Innovationen, herausfordernden Projekten, vielen Erfolgen sondern insbesondere von einer ganz besonderen Leidenschaft für großartigen Klang geprägt ist“, sagt Dr. Andreas Sennheiser, Co-CEO von Sennheiser, der zusammen mit seinem Bruder Daniel Sennheiser in der dritten Generation das Familienunternehmen leitet. „Diese Leidenschaft treibt uns bis heute an: Wir entwickeln immer neue Technologien und Produkte, um für unsere Kunden Sound nicht nur hörbar, sondern erlebbar zu machen.“

Seit der Gründung wird Sennheiser von der Faszination für Innovationen angetrieben. Dieser Pioniergeist wurde von einer Generation an die nächste weitergegeben. „Als unser Großvater Fritz Sennheiser im Jahr 1945 Sennheiser gegründet hat, rief er ein Unternehmen ins Leben, das man heute als Start-Up bezeichnen würde. Es hat allerdings nicht wie ein klassisches Start-Up in einer Garage angefangen, sondern auf einem Bauernhof bei Hannover. Wenn Besucher unseren Hauptsitz besichtigen - wo man das Bauernhaus noch immer finden kann - können sie die Freude an Innovationen und die Leidenschaft für Klang spüren“, so Andreas Sennheiser.

Prof. Dr. Fritz Sennheiser identifizierte schon bald Geschäftsmöglichkeiten und nutzte das Wissen und die Fähigkeiten, die er zuvor in seiner wissenschaftlichen Karriere erworben hatte, um auf die hohe Nachfrage nach Messgeräten und Mikrofonen zu reagieren. Im Jahr 1947 stellte das „Labor W“ die ersten selbst entwickelten Mikrofone vor. Dies

war der Beginn von Sennheisers Innovationsgeschichte. Das erste Richtrohrmikrofon folgte im Jahr 1956, und zehn Jahre später revolutionierte der erste offene Kopfhörer namens HD 414 den Markt.

In den 80er Jahren begann unter der Leitung von Prof. Dr. Jörg Sennheiser die Internationalisierung des Audiospezialisten. Als erste Tochtergesellschaft wurde Sennheiser Frankreich gegründet.

Heute besitzt Sennheiser insgesamt 21 Vertriebsgesellschaften weltweit. Außerdem erblickten weitere Produkt-Meilensteine die Welt, darunter 1991 mit dem Orpheus einer der weltbesten Kopfhörer. Im Laufe der 75-jährigen Firmengeschichte meldete das Unternehmen zahlreiche Patente an und erhielt diverse Auszeichnungen, darunter ein Emmy, ein Grammy, ein Scientific and Engineering Award der Academy of Motion Picture Arts and Sciences und der Engineering Emmy's Philo T. Farnsworth Award.

Seit 2013 leiten Dr. Andreas Sennheiser und Daniel Sennheiser das unabhängige Familienunternehmen zusammen als Co-CEOs. Gemeinsam führen sie Sennheisers Vision fort, die Zukunft der Audiowelt zu gestalten. „Ein Aspekt ist über all die Jahre gleichgeblieben: unsere Unzufriedenheit mit dem Status quo, die uns immer weiter vorantreibt“, sagt Daniel Sennheiser. Besondere Sound-Erlebnisse zu schaffen – daran arbeiten Sennheiser-Mitarbeiter auf der ganzen Welt. „So wie die Crew bei einem Konzert unvergessliche Auftritte auf der Bühne ermöglicht, erweckt unsere Crew Ideen für und mit unseren Kunden zum Leben. Deshalb ist ‘This is Your Crew’ das perfekte Motto für unser Jubiläumsjahr“, erklärt Daniel Sennheiser, Co-CEO von Sennheiser.





Evolution – Spulenwicklung



Reinraum



15 / MOHAMMAD IBRAHIM RAHIMI

Roots & Future.

[Read more](#)



16 / STEFFI SEIFERT

Breathing life into the building.

[Read more](#)



17 / CHRIS JOJO

Hitting the Audio Throttle.

[Read more](#)

This is Your Crew

Obwohl das Jubiläum in diesem Jahr nicht wie geplant gefeiert werden konnte, teilte Sennheiser unter dem Motto „This is Your Crew“ viele magische Momente und Geschichten auf seiner Webseite [sennheiser.com/anniversary](https://www.sennheiser.com/anniversary): Insgesamt 75 Stories geben einen Einblick in die Welt des Unternehmens. Die Multimedia-Kollektion aus Anekdoten von Mitarbeitern, Kunden, Freunden und Fans verdeutlicht, was Sennheiser so besonders macht. In einer der Geschichten erzählt die Unternehmenshistorikerin beispielsweise, wie sie das älteste Dokument im Sennheiser-Archiv fand: das erste Freigabedokument des British Military Government -

ein wichtiger Grundstein für die Entstehung des Unternehmens. Zu Beginn der Corona-Pandemie haben Sennheiser-Mitarbeiter aus aller Welt die Geschichten außerdem um persönliche Bilder und Botschaften aus ihrem Home-Office ergänzt.

Über das gesamte Jubiläumsjahr hat Sennheiser zudem allen Fans besondere Geburtstagsangebote und Sondereditionen geboten: Für Profianwender gab es in jedem Monat einen Special Deal für ausgewählte Mikrofone, Drahtlossysteme und professionelle Kopfhörer. Außerdem erschienen im Laufe des Jahres verschiedene „75 Years“-Special Editions.

www.sennheiser.com





Dr.-Ing. Kurt D. Bettenhausen

Dr.-Ing. Kurt D. Bettenhausen hat zum 1. September 2020 seine Tätigkeit als Vorstand „Neue Technologien und Entwicklung“ bei der **Harting** Technologiegruppe aufgenommen. Dr. Bettenhausen absolvierte ein Studium der Elektrotechnik an der Technischen Hochschule Darmstadt und beendete es 1996 erfolgreich mit Promotion.



Dr. Lea Corzilius

Dr. Lea Corzilius (31) hat zum 1. Oktober 2020 die stellvertretende Geschäftsführung für den Unternehmensbereich Personal übernommen und ist in dieser Funktion zugleich Mitglied der **Hella** Geschäftsführung. Corzilius ist seit 2017 für Hella tätig. Sie verantwortete dort zuletzt als Geschäftsleitungsmitglied des Lichtbereichs das weltweite Personalmanagement des Bereichs sowie die HR Analytics Aktivitäten.



Dr. Siegfried Föbel

Die Digitalisierung der Medien ist sein Thema. Am **Fraunhofer-Institut** für Integrierte Schaltungen leitet **Dr. Siegfried Föbel** die Abteilung Bewegtbildtechnologien und an der Hochschule für Fernsehen und Film in München vermittelt er sein Wissen an Studierende. Nun hat die Hochschule den Experten zum Honorarprofessor ernannt. Seine Aufgabe: Neue technische Entwicklungen in das Lehrangebot integrieren.



Aren Gelfond

Eps, einer der weltweiten Marktführer für Rasen- und Bodenschutzsysteme sowie Absperrungen, freut sich, **Aren Gelfond** als Geschäftsführer für die US-Aktivitäten des Unternehmens bekannt zu geben. Ab sofort übernimmt Gelfond die volle Verantwortung für das US-Geschäft. Gelfond begann seine Karriere in der Veranstaltungsbranche im Jahr 2005 als Produktionsleiter für mehrere Live-Event-Shows.



Philipp Glänzel

Qvest Media, ein international führender Systemarchitekt und Consultant in der ICT-, Broadcast- und Medienbranche, ernannt **Philipp Glänzel** zum General Manager und CTO am Standort Dubai. Glänzel ergänzt das Management schwerpunktmäßig durch die Führung aller technologierelevanten Themen und wird damit die starke Marktposition von Qvest Media in der MENA-Region weiter ausbauen.



Michael Jähnel

Seit Anfang Oktober verstärkt **Michael Jähnel** als Sales- und Produktmanager den Geschäftsbereich Pro AVM Broadcast bei **Klotz AIS** in Vaterstetten. Jähnel wuchs in Freising auf und machte 1992 seinen Abschluss an der Meisterschule für Elektrotechnik in München. Danach war er als Messingenieur im Rundfunkbereich unter anderem als Leiter Servicecenter bei Bavaria Production Services tätig.

Henning Könicke

Anlässlich der digitalen Messefachtagung fand erstmals auch die Mitgliederversammlung nebst Vorstandswahlen in rein digitaler Form statt. **Hans-Joachim Erbel** scheidet als Vorsitzender aus, wird jedoch einstimmig als Ehrenvorstand gewählt und setzt seine Tätigkeit für den FAMA als Vorstandsmitglied fort. Als sein Nachfolger und neu geschäftsführender Vorstandsvorsitzender wurde **Henning Könicke** gewählt.



Renaud Lavoie

In der neu geschaffenen Position „Senior Vice President Technology“ wird **Renaud Lavoie** maßgeblich daran arbeiten, Innovationen voranzutreiben, **Riedels** IP Video-Portfolio auszubauen und die Expertise des Unternehmens im Bereich IP-fähiger Hard- und Software zu stärken. Er berichtet direkt an CEO und Gründer Thomas Riedel. Lavoie übernimmt die Rolle nach einem Jahr als Geschäftsführer von Riedel Montreal.



Willem Müller

Willem Müller ist zum Leiter Recht/General Counsel des **Bundesverbandes Musikindustrie** (BVMI) befördert worden. In dieser Funktion verantwortet er seit dem 1. August 2020 neben seiner bisherigen Tätigkeit nun auch verstärkt wettbewerbs- und steuerrechtliche Themen. Zuvor war er bereits als Justiziar des BVMI schwerpunktmäßig im Bereich der Rechtsdurchsetzung tätig und koordinierte Musterverfahren.



Florian Neumann

Wireworx verstärkt ihr Team mit **Florian Neumann**, der das Planungsteam in seiner neuen Funktion als Fachplaner Medientechnik unterstützt. Neumann hat Medientechnik an der Technischen Hochschule Deggendorf studiert und verfügt über ausgezeichnete Kenntnisse im Bereich Audio- und Medientechnik. Vor seiner Verpflichtung durch Wireworx war er Verantwortlicher für Medientechnik an der Universität Konstanz.



Frederik Nimmessgern

Die **Insglück** Führungsspitze verjüngt und verstärkt sich mit **Frederik Nimmessgern**, der als Director Concept & Strategy in die Geschäftsleitung einsteigt. Bereits vor der Pandemie waren bei der Live-Com Agentur die Zeichen auf Transformation gestellt. Nun hat Insglück nun die Weichen auf Zukunft gestellt. Der Neuzugang gilt als erfahrener Kreativer und war vor seinem Wechsel als Creative Director bei Uniplan tätig.



Jon Rhodes

Die **Technological Innovations Group** (TIG), eine der führenden Vertriebsagenturen für Smart Spaces und Unternehmenskommunikationslösungen, freut sich, **Jon Rhodes** als neuen europäischen Sales Director of Unified Communications vorstellen zu können. Rhodes wird das Team der UC-Sales Manager der TIG leiten und sich auf die Enterprise-Produktpalette von Crestron konzentrieren.





Ralph Lasman

PERFORMANCE PHOTOGRAPHY
PETER MAFFAY · HAMBURG 2020

JANUAR	FEBRUAR	MÄRZ	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DEZEMBER
01 FR Neujahr	01 MO 05	01 MO 09	01 DO	01 SA Tag der Arbeit	01 DI	01 DO	01 SO	01 MI	01 FR	01 MO Allerheiligen 44	01 MI
02 SA	02 DI	02 DI	02 FR Karfreitag	02 SO	02 MI	02 FR	02 MO 31	02 DO	02 SA	02 DI	02 DO
03 SO	03 MI	03 MI	03 SA	03 MO 18	03 DO Fronleichnam	03 SA	03 DI	03 FR	03 SO Tag der Deutschen Einheit	03 MI	03 FR
04 MO 01	04 DO	04 DO	04 SO Ostersonntag	04 DI	04 FR	04 SO	04 MI	04 SA	04 MO 40	04 DO	04 SA
05 DI	05 FR	05 FR	05 MO Ostermontag 14	05 MI	05 SA	05 MO 27	05 DO	05 SO	05 DI	05 FR	05 SO
06 MI Heilige Drei Könige	06 SA	06 SA	06 DI	06 DO	06 SO	06 DI	06 FR	06 MO 36	06 MI	06 SA	06 MO Nikolaus 41
07 DO	07 SO	07 SO	07 MI	07 FR	07 MO 23	07 MI	07 SA	07 DI	07 DO	07 SO	07 DI
08 FR	08 MO 06	08 MO 10	08 DO	08 SA	08 DI	08 DO	08 SO	08 MI	08 FR	08 MO 45	08 MI
09 SA	09 DI	09 DI	09 FR	09 SO	09 MI	09 FR	09 MO 32	09 DO	09 SA	09 DI	09 DO
10 SO	10 MI	10 MI	10 SA	10 MO 19	10 DO	10 SA	10 DI	10 FR	10 SO	10 MI	10 FR
11 MO 02	11 DO	11 DO	11 SO	11 DI	11 FR	11 SO	11 MI	11 SA	11 MO 41	11 DO	11 SA
12 DI	12 FR	12 FR	12 MO 15	12 MI	12 SA	12 MO 28	12 DO	12 SO	12 DI	12 FR	12 SO
13 MI	13 SA	13 SA	13 DI	13 DO Christi Himmelfahrt	13 SO	13 DI	13 FR	13 MO 37	13 MI	13 SA	13 MO 51
14 DO	14 SO Valentinstag	14 SO	14 MI	14 FR	14 MO 24	14 MI	14 SA	14 DI	14 DO	14 SO	14 DI
15 FR	15 MO Rosenmontag 07	15 MO 11	15 DO	15 SA	15 DI	15 DO	15 SO Mariä Himmelfahrt	15 MI	15 FR	15 MO 46	15 MI
16 SA	16 DI Faschingsdienstag	16 DI	16 FR	16 SO	16 MI	16 FR	16 MO 33	16 DO	16 SA	16 DI	16 DO
17 SO	17 MI Aschermittwoch	17 MI	17 SA	17 MO 20	17 DO	17 SA	17 DI	17 FR	17 SO	17 MI Buß- und Betttag	17 FR
18 MO 03	18 DO	18 DO	18 SO	18 DI	18 FR	18 SO	18 MI	18 SA	18 MO 42	18 DO	18 SA
19 DI	19 FR	19 FR	19 MO 16	19 MI	19 SA	19 MO 29	19 DO	19 SO	19 DI	19 FR	19 SO
20 MI	20 SA	20 SA	20 DI	20 DO	20 SO	20 DI	20 FR	20 MO 38	20 MI	20 SA	20 MO 54
21 DO	21 SO	21 SO	21 MI	21 FR	21 MO 25	21 MI	21 SA	21 DI	21 DO	21 SO	21 DI
22 FR	22 MO 08	22 MO 12	22 DO	22 SA	22 DI	22 DO	22 SO	22 MI	22 FR	22 MO 47	22 MI
23 SA	23 DI	23 DI	23 FR	23 SO Ú,.)**c{[]}œ*	23 MI	23 FR	23 MO 34	23 DO	23 SA	23 DI	23 DO
24 SO	24 MI	24 MI	24 SA	24 MO Ú,.)**c{[]}œ* 21	24 DO	24 SA	24 DI	24 FR	24 SO	24 MI Heiligabend	24 FR
25 MO 04	25 DO	25 DO	25 SO	25 DI	25 FR	25 SO	25 MI	25 SA	25 MO 43	25 DO 1.Weihnachtstag	25 SA
26 DI	26 FR	26 FR	26 MO 17	26 MI	26 SA	26 MO 30	26 DO	26 SO	26 DI	26 FR	26 SO 2.Weihnachtstag
27 MI	27 SA	27 SA	27 DI	27 DO	27 SO	27 DI	27 FR	27 MO 39	27 MI	27 SA	27 MO 55
28 DO	28 SO	28 SO	28 MI	28 FR	28 MO 26	28 MI	28 SA	28 DI	28 DO	28 SO	28 DI
29 FR		29 MO 13	29 DO	29 SA	29 DI	29 DO	29 SO	29 MI	29 FR	29 MO 48	29 MI
30 SA		30 DI	30 FR	30 SO	30 MI	30 FR	30 MO 35	30 DO	30 SA	30 DI	30 DO
31 SO		31 MI		31 MO 22		31 SA	31 DI		31 SO Reformationstag		31 FR Silvester

Vico gewinnt Digital Champions Award



Ende November wurde der Digital Champions Award 2020 verliehen. Das Einlasskontrollsystem Vico (Visitor Control) von Dimedis wurde mit dem Digital Champions Award in der Kategorie „Digitale Transformation Mittelstand“ in der Region West ausgezeichnet. Zusätzlich vergab die Jury für Vico die Auszeichnung „Best Regional Champion“. Damit prämiert die Jury Dimedis als innovativen Lösungsanbieter für eine vollautomatisierte und digitale Einlasslösung.

Der Digital Champions Award ist Deutschlands größter branchenübergreifender Award zum Thema Digitalisierung. Er ist ein Gemeinschaftsprojekt von Telekom und Wirtschafts-Woche

www.vico-system.de

Hella gewinnt Innovationspreis in China



Hella hat einen Gesamtansatz für komplexe Lichtsysteme auf den Markt gebracht.

Das System besteht aus Matrix-LED-Scheinwerfern, Elektronik zur Lichtsteuerung sowie der erforderlichen Sensorik in Kombination mit innovativen Softwarelösungen.

Für diesen so genannten „Light Design“-Ansatz wurde Hella in China mit einem Innovationspreis ausgezeichnet. Mit dem „Light Design“-Ansatz ist Hella in der Lage, auf Basis eines flexiblen, modularen Baukastens alle lichttechnischen und elektronischen Komponenten für komplexe Lichtsysteme in ein Gesamtsystem zu integrieren.

www.hella.com

Harting ist Werkzeugbauer 2020



In einem Teilnehmerfeld mit mehr als 200 Unternehmen hat die Harting Applied Technologies GmbH den Wettbewerb „Werkzeugbau des Jahres 2020“ als Gesamtsieger gewonnen. Außerdem gewann die Harting Tochtergesellschaft auch die Auszeichnung in der Kategorie „Interner Werkzeugbau unter 50 Mitarbeiter“. In dieser Kategorie hatte das Unternehmen bereits in den Jahren 2014, 2016 und 2018 gewonnen. Im Bild (hintere Reihe v.l.): Christian Lürken (Fraunhofer IPT), Christoph Ebbecke (WLZ der RWTH Aachen), Alexander Wiens, Cord Speckmeier, Andreas Weiß, Jörg Krumrei (alle Harting); vordere Reihe (v.l.): Reiner Hußmann, Geschäftsführer Dr. Volker Franke, Thomas Heimann (alle Harting).



Electro-Voice

Mikrofon RE20-Black

Electro-Voice präsentiert das RE20-Black, eine neue Farboption des Broadcastmikrofons RE20. Das neue Mikrofon bietet den Anwendern gegenüber dem vor mehr als 50 Jahren eingeführten Originals eine ästhetische Alternative und ist dabei akustisch, elektrisch und mechanisch identisch. Vor allem bei der Wiedergabe von Radiostimmen gilt das RE20 bei vielen Anwendern als Industriestandard. Der enorme Zuwachs an Podcasts und Homerecording-Produktionen verhalfen dem Klassiker jetzt zu einer neuen Popularität.

Ein entscheidender Faktor für die anhaltende Beliebtheit dieses Mikrofons ist sein einzigartiges Variable-D-Design. Es minimiert den Nahbesprechungseffekt und sorgt dafür, dass der Klangcharakter stets voll, natürlich und präzise bleibt - selbst wenn der Abstand zum Mikrofon variieren sollte. Zu den weiteren Merkmalen zählen ein Schalter zur Modellierung des Tiefmitteltonbereichs, ein integrierter Popplfilter sowie eine Humbuckingspule zum Schutz vor unerwünschtem Leitungsbrummen.



dB Technologies

Vio L1610 Line Array

Das neueste Mitglied der dB Technologies Vio-Familie VIO L1610 wurde kürzlich in Köln vorgestellt. Die deutsche dB Technologies Niederlassung hatte zu diesem Anlass in ihren Showroom eingeladen und zahlreiche Interessierte ließen sich dieses Event nicht entgehen. Natürlich fand alles zeitgemäß mit Abstand und unter Einhaltung der neuesten Corona-Richtlinien statt, aber die Gelegenheit Branchenkollegen zu treffen, sich über die aktuelle Situation auszutauschen, gepaart mit der Vorstellung neuer Produkte wurde positiv aufgenommen. Das Herzstück des Linearray-Systems VIO L1610, welches als echtes bi-amped 3-Wege-System konzipiert ist, ist die neue koaxiale Mittel-Hochtonsektion. Angetrieben wird das VIO L1610 von einer 1600 W Digipro G4 Endstufe und erreicht so 141dB Max SPL. Es bietet die Möglichkeit der Verbindung über das RDNET Netzwerk mittels einer Schnittstellenkarte.

L-Acoustics und JH Audio

In-Ear-Monitoring-Kopfhörer Contour XO

Mit den Contour XO In-Ear-Monitoring-Kopfhörern – entwickelt in Zusammenarbeit mit JH Audio – präsentiert L-Acoustics nun sein erstes Produkt im Personal-Audio-Marktsegment. Nun wurden erstmals die charakteristische Frequenzkontur des L-Acoustics-Sounds in einem In-Ear-Monitoring-System mit zehn Treibern reproduziert. Entwickelt, um die Nuancen, Emotionen und Auswirkungen der Live-Musik zu reproduzieren, haben L-Acoustics Soundsysteme ihre eigene „Klangsignatur“. Contour XO bietet diese Klangsignatur nun für Bühne, Mischpult, Studio oder unterwegs. Die von Grund auf neu entwickelten, universellen In-Ear-Monitoring-Kopfhörer versetzen den Hörer mit ihren zehn Balanced-Armature-Treibern (4x Low, 2x Mid, 4x High) sowie einer 3-Wege-Frequenzweiche mitten hinein in die Musik. Der Tieftonbereich lässt sich je nach Bedarf um bis zu 15 dB anheben.



Dynacord

Promatrix 9000

Dynacord ergänzt mit Promatrix 9000 sein Angebot an Beschallungs- und Alarmierungssystemen um ein Produkt mit intelligenter Verstärkertechnologie und umfassenden Sicherheitsmerkmalen. Die Anlage liefert Planern, Installateuren und Bauherren eine gute Audioqualität zur Übertragung von Durchsagen oder Musik in alle Gebäudebereiche bei sehr niedrigen Latenzzeiten. Jedes System wird in Vollausrüstung ausgeliefert und lässt sich in bereits vorhandene Gebäudestrukturen integrieren. Zu den Bestandteilen des Systems gehören ein Systemcontroller (PM9-SCL), zwei Verstärkermodelle mit vier (PM9-AD604) beziehungsweise acht Kanälen (PM9-AD608), die eine Gesamtleistung von jeweils 600 Watt aufweisen; eine multifunktionale Stromversorgung (PM9-MPS3), eine Desktop-/Wand-Sprechstelle (PM9-CSLD bzw. PM9-CSLW) mit grafischer Touchscreen-Bedienoberfläche.

Gelungene Weiterentwicklungen

Lawos A_UHD Core Phase II und das neue mc²36 bieten maximale Mixing-Power auf engstem Raum.



Beide Systeme zeichnen sich durch maximale Leistung bei minimalem Platz- und Strombedarf sowie durch ein erfreulich geringes Gewicht aus. Der auf nativer IP-Technologie basierende A_UHD Core ist ab sofort Lawos neuer Core für mc²-Mischpulte, was nicht zuletzt seiner Rechenleistung zu verdanken ist: Mit bis zu 1024 Audio-DSP-Kanälen auf nur 1HE reduziert er den Stromverbrauch auf ein Fünftel und den Platzbedarf im Rack um satte 90 %. Das ebenfalls vorgestellte neue mc²36 bietet mehr als doppelt so viele DSP-Kanälen wie sein Vorgänger sowie eine ultrakompakte 16-Fader-Ausführung. Dank seiner IP Easy-Funktion ist die Verwaltung von Geräten in einem IP-Netzwerk einfacher und intuitiver als je zuvor.

Lawos IP-nativer A_UHD Core wurde von Anfang an für IP-Infrastrukturen entwickelt und ist darauf ausgelegt, in IP-Netzwerke eingebundene Geräte zu verwalten. Er basiert auf offenen AoIP-

Standards wie ST2110-30 und -31, AES67/Ravenna sowie Ember+ und NMOS für die Steuerung. Außerdem ist er für den Betrieb mit 48 kHz wie auch 96 kHz ausgelegt. Ab sofort bildet der A_UHD Core die Grundlage für alle mc²-Mischpulte.

Die Weiterentwicklungen der Lawo-Pulte mc²96 und mc²56 sind jetzt auch im kompakten mc²36 verfügbar. Dazu zählen: 256 DSP-Kanäle (sowohl bei 48 als auch bei 96 kHz), eine I/O-Kapazität von 864 Kanälen mit lokalen Anschlüssen, 16 Mic/Line-Eingänge, 16 Line-Ausgänge, 8 AES3-Ein- und Ausgänge, 8 GPIO-Anschlüsse und ein SFP-MADI-Port, kurzum: Das mc²36 ist ein vollwertiges mc²-Mischpult mit allen Funktionen und Möglichkeiten wie Button-Glow und berührungsempfindliche Drehregler, farbige TFT-Faderstrip-Displays, Live View Video-Thumbnails und 21,5“-Full-HD-Touchscreen-Bedienelemente.

www.lawo.com



Erschließen Sie neue Räume für Ihre Veranstaltung - mit einer der leichtesten und schönsten Arten Locations zu überdachen, dem Magic Sky Schirmsystem.

Verschiedene Aufbauvarianten für jede Anforderung machen das System flexibel: Ob mit einem Tower oder einem Traversenring.

Überdachbare Flächen: 78,5qm-1017qm (10-36m Durchmesser)

Nicht nur draußen, sondern auch im Indoor-Einsatz ist der Magic Sky als Raumtrenner und atmosphärischer Fokus ein effektives Werkzeug für ein erfolgreiches Event.

Riedel

Smart Panel RSP-1216HL

Mit dem RSP-1216HL präsentiert Riedel ein brandneues 1HE-Modell in der 1200er Serie intelligenter Intercom- und Control Panels für Video-, Audio-, Daten- und Kommunikationsnetzwerke. Das RSP-1216HL ist eine kompakte Version des app-basierten RSP-1232HL Smart Panel, zugeschnitten auf die sich kontinuierlich wandelnden Bedürfnisse der Anwender. Wie sein großer Bruder verfügt das IP-zentrierte RSP-1216HL über ein hochauflösendes Multi-Touch-Farbdisplay. Darüber hinaus besitzt das neue Panel die gleichen umfangreichen Anschlussmöglichkeiten wie sein größeres Pendant, mit Unterstützung für AES3- und SMPTE 2110-30 (AES67)-Anschlüsse zusammen mit GPIO-, Analog- oder AES67 4-Draht sowie USB-Anschlüssen an der Vorder- und Rückseite. Das ebenso smarte, aber deutlich kompaktere RSP-1216HL bietet einen Lautsprecher und 16 Tasten mit Hybrid-Hebel. www.riedel.net



Philips

C-Line-Displays

Das interaktive Philips C-Line-Display ist ab sofort in der gesamten EMEA-Region erhältlich. Diese neue Reihe von Crestron Connected V2- und Windows-betriebenen kollaborativen Displays bietet ein neues Maß an Benutzerfreundlichkeit, Kreativität und Kompatibilität, um für jedes Meeting-Umfeld, ob groß oder klein, eine inspirierende Atmosphäre zu schaffen. Die neue Philips C-Line-Serie wurde erstmals auf der ISE 2020 vorgestellt und nun in der aktuellen Version eingeführt, um den beispiellosen Herausforderungen am Markt in diesem Jahr gerecht werden zu können - insbesondere für den Bedarf an Online-Meetings für mehrere und verschiedene Standorte. Sie kombiniert UHD-Multitouchscreen-Technologie und -Leistung, benutzerfreundliches Design mit allen Möglichkeiten und Funktionen eines mit Intel Core i7 und Windows 10 Pro betriebenen PCs. Die C-Line ist in verschiedenen Größen erhältlich.

Panasonic

DLP-Projektor PT-RQ35K

Die neuesten 3-Chip-DLP-Laserprojektoren von Panasonic sind jetzt erhältlich und bieten 4K-Bildqualität, einfache Installation und hohe Benutzerfreundlichkeit. Sie sollen laut Hersteller neue Maßstäbe für immersive Unterhaltung bieten. Als weltweit kleinste und leichteste Projektoren mit 30.500 Lumen eignen sich der PT-RQ35K (4K) und der PT-RZ34K (WUXGA) ideal für Projection-Mapping in Museen, Ausstellungen, Freizeitparks und Veranstaltungen. „Und mit ihrer unvergleichlichen Zuverlässigkeit und dem Quiet Mode (46 dB) sind sie auch für Konferenzen und Hörsäle die perfekte Lösung“, freut sich Hersteller Panasonic. Die Geräte dieser Serie bieten eine Bildqualität mit erweitertem Farbraum in einem kompakten Gehäuse, das um 40 Prozent kleiner ist als das des aktuellen RQ32K-Projektors. Der Platzbedarf ist mit dem des PT-RQ22K zu vergleichen.



WHD

Voice Bridge Sets

WHD entwickelte mit der Voice Bridge zu Beginn der Corona-Pandemie eine neue, hygienische und flexible Lösung speziell für Acrylglaswände und -kabinen in Apotheken, Geschäften und Infoschaltern. Die moderne, vollautomatische Gegensprechanlage mit Geräuschunterdrückung und Echokompensation sorgt für eine klare Kommunikation trotz Hygieneschutzmaßnahmen. Nach dem großen Erfolg der ersten Version mit zwei Sprechstellen-Einheiten für jeweils Innen- und Außenseite der Acrylglaswände bietet WHD nun zusätzlich in einer zweiten Auflage ein Set mit Bluetooth-Headset an. Anwender können sich nun frei im Innenraum bewegen und von überall aus mit dem Kunden vor der Schutzwand klar und deutlich kommunizieren. Dies erspart unnötige Wege und verringert den zeitlichen Aufwand. Die effizientere Handhabung kann dazu beitragen, dass sich Kunden nun kürzer im Raum aufhalten müssen. www.whd.de



INTELLIGENT
MEDIA NETWORKS
FOR VIDEO, AUDIO, DATA AND COMMUNICATION



MEDIORNET
Real-Time Media Network



ARTIST
Digital Matrix Intercom



BOLERO
Wireless Intercom

Madrix Aura

Das neue Madrix Aura kann dynamische Lichteffekte auf SD-Karte aufnehmen und von dieser wieder abspielen. Damit werden stimmungsvolle Lichtshows mit faszinierenden Effekten für Verkaufsflächen, Lichtdecken, Medienfassaden, Freizeitparkattraktionen, Fitnessstudios, Eingangsbereiche, Bars und Restaurants und viele weitere Anwendungen noch einfacher möglich. Das Gerät ersetzt Computer oder Lichtkonsolen überall dort, wo die automatische Lichtsteuerung zur Anwendung kommen soll und keine Live-Steuerung benötigt wird. Aufwendige Updates, Wartung und Administration der Computertechnik entfällt somit. Erhältlich in drei Versionen steht die Ausgabe von 2, 8 bzw. 32 Universen über Art-Net oder Streaming ACN zur Verfügung. Durch die problemlose Skalierbarkeit können kleine bis große Lichtprojekte realisiert werden.

www.madrix.com/products/aura



Cameo Flat Pro G2 Serie

Mit der neuen Flat Pro G2-Serie erweitert Cameo das Anwendungsspektrum der IP65-zertifizierten LED-Outdoor-PAR-Scheinwerfer und bietet Lichtdesignern, Fachplanern und Architekten eine Mischung aus minimalem Platzbedarf, hoher Lichtleistung und Outdoor-Tauglichkeit. Ob als kalibriertes und kompaktes IP65-Uplight an der Gebäudefassade, als geräuschloser Lichtlieferant im Theater oder als Effektlicht für Live-Shows - Lichtprofis profitieren unter anderem von einem komplett geräuschlosem Betrieb auf Basis der verbesserten Konvektionskühlung, einer wählbaren PWM (650 Hz-25 kHz) für flackerfreie Kamerabilder sowie einem überarbeiteten Gehäusedesign mit integriertem Tragegriff. Die neue Flat Pro G2 Serie ist ab sofort in den Versionen Flat Pro 7 G2 (7 x 10 W RGBWA, 2400 lm), Flat Pro 12 G2 (12 x 10 W RGBWA, 4300 lm) und Flat Pro 18 G2 (18 x 10 W RGBWA, 6600 lm) erhältlich. www.cameolight.com

Ayrton Eurus

Mit dem Eurus hat Ayrton jetzt seine 5er Serie um ein vielseitiges 650 W LED-Moving Light erweitert. Die Optik des Eurus wurde speziell für Anwendungen entwickelt, die eine exakte Projektion erfordern. Das optische System ist mit einer 170 mm Frontlinse ausgestattet und verwendet 13 Linsen, die einen Zoom-Bereich von 4,5 bis 50 Grad (11:1) ermöglichen. Wie alle Geräte der Ayrton 5er Serie ist auch der Eurus in zwei Varianten erhältlich: Der Eurus-S bietet bei einer Farbtemperatur von 6700 K einen Output von 32.000 Lumen. Der Eurus-TC verfügt über eine Farbtemperatur von 6000 K bei 22.200 Lumen und bietet einen nativen Farbwiedergabeindex von über 90 sowie sehr hohe TM30-Werte. Damit ist er für Anwendungen ausgelegt, die eine genaue Farbwiedergabe erfordern. Für eine umfassende Farbpalette sorgen ein CMY-Farbmischsystem, ein variabler CTO und ein Farbrad mit sieben Farben. Darüber hinaus enthält die Farbeinheit zwei zusätzliche Filter zur Optimierung des Farbwiedergabeindex und der TM30-Werte. Die rotierbare 4-Wege-Blendenschiebereinheit bietet Full-Field-Framing, das heißt, jede einzelne Blende lässt sich vollständig über den Strahlengang fahren. Zu den weiteren Features gehören: ein rotierbares Goborad mit sieben Gobos, ein festes Goborad mit elf Gobos, ein endlos rotierendes Animation-Wheel, zwei Frostfilter, eine Iris sowie zwei Prismen.

www.lightpower.de



ETC Sola Frame Studio

ETCs jüngster Spross aus der Sola Frame-Familie ist eine kompaktere und leichtere Weiterentwicklung des Sola Frame Theatre; er kommt ohne Lüfter aus, besticht durch völlig lautlosen Betrieb und verfügt über zahlreiche Features, darunter kompakte Abmessungen, hohe Farbwiedergabe sowie hervorragende Abbildungsqualität. Der Scheinwerfer ist für Anwendungen konzipiert, die lautlosen Betrieb einfordern. Dazu gehören Theater, Konzertsäle, Opernhäuser sowie Film- und TV-Studios und Gotteshäuser. Neben der geräuschlosen Performance bietet der Sola Frame Studio eine hohe Lichtausgabe von 10.000 Lumen, generiert von der 300-Watt-High CRI Bright White Engine. Neben der Konvektionskühlung weist das Innenleben des Sola Frame Studio moderne Technik auf: ein 13-Linsen-Optiksystem mit Anti-Beschlagsystem, 5,5-57 Grad-Zoom, lineares CMY/CTO-Farbmischsystem, Farbrad mit sieben Positionen plus offen, komplett abdeckende Blendenschieber auf vier Ebenen, 16-Segment-Iris, stufenloser „leichter“ Weichzeichnungsfilter sowie Goborad mit sieben Positionen. www.highend.com

Kompakt mit guter Ausstattung

Strand Lighting stellt mit der Neo Compact 10 eine neue Lichtsteuerung speziell für den Einsatz in kleinen und mittleren Theatern, Schulen, Kirchen und Live-Clubs sowie für den Messeinsatz vor.



Der kompakte Formfaktor und das äußerst geringe Gewicht von nur 2,5 kg machen es darüber hinaus zur idealen Lösung für alle, die viel auf Reisen sind. Mit der Neo Compact 10 bietet Strand eine gut abgestimmte Kombination aus Hard- und Software sowie anwenderfreundlichem Handling.

Trotz der kompakten Bauweise verfügt das Pult über eine gute Ausstattung und steuert Movinglights und LED-Scheinwerfer ebenso wie Dimmer, Relays oder Medienserver. Die umfangreiche Programmiersektion der Neo Compact 10 wird vervollständigt durch 10 Multifunktions-Fader und 10 User-Buttons, 4 Encoder mit integriertem LED-Ring-Indikator, dezidierten Grand Master-Encoder und einen 7" Touchscreen. Ein HDMI-Port bietet die Möglichkeit zum Anschluss eines externen Monitors mit Touch-Unterstützung.

Die NEO-Software der Konsole ist in ihrer Leistung und Ausstattung nicht limitiert und verfügt neben unbegrenzten virtuellen Speicherplätzen für Gruppen, Paletten, Cues, Cue-Listen, FX, Makros und Shortcuts auch über Pixel-Mapping, Time-Line-Effekte, Tracking-Backup, User-Security-System (Login), Media Playback, iOS- und Android -Remote-Apps sowie vieles andere mehr.

Mit 4 DMX-Universen (erweiterbar auf max. 10 Universen) gibt es ausreichend Kanäle, um auch eine große Anzahl von Scheinwerfern oder sogar Medienserver einfach und intuitiv zu steuern. Die Hardware verfügt über HDMI, USB-Ports, 2x DMX OUT, 1x DMX IN und einen RJ45 Netzwerk-Anschluss (ArtNet, sACN, KiNet, Pathway). Das flexible Pult ist ab sofort bei der Cast erhältlich.

VDMV **VERSORGUNGSWERK**

DER DEUTSCHEN MEDIEN- UND VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT GMBH

Wir bieten Beratung
und Versicherungsschutz rundum
die Veranstaltungswirtschaft

**UMFASSEND
INDIVIDUELL
UNABHÄNGIG**

Was?

- Betriebshaftpflicht
- Equipment, sowie sonstige betriebliche Risiken
- Betriebliche Altersvorsorge u.v.m.

Für wen?

- vom Einmann- bis zum Großbetrieb
- Verbände, Vereine etc.

Branche:

- Veranstaltungs- und Messewirtschaft etc.

www.vdmv.de

Kronenstraße 14 • 30161 Hannover
info@vdmv.de • 05 11/33 65 29 90

www.vdmv.de

Ralph Larman
PERFORMANCE PHOTOGRAPHY

RALPH@LARMANN.COM

LG Electronics

Transparente OLED-Tür

LG Electronics und Assa Abloy Entrance Systems, ein weltweit führender Hersteller von automatischen Türen, entwickeln gemeinsam Automatiktüren mit transparenter OLED-Anzeige – eine innovative und bislang einzigartige Lösung, die ein transparentes OLED-Display von LG (Modell 55EW5G) und die LG-eigene Content-Management-Software Super Sign mit einer automatischen Glasschiebetür des schwedischen Herstellers kombiniert. Das Ergebnis: Eine transparente Schiebetür, die ganz nach Bedarf Mitarbeiter und Kunden begrüßt, wichtige Infos vermittelt und unaufdringlich Werbe- und Marketinginhalte ausspielt. Durch die WRGB-Technologie von LG, bei der jeder der selbstleuchtenden Bildpunkte um eine zusätzliche weiße Diode der roten, grünen und blauen Dioden ergänzt wird, reproduziert das transparente Display Farben mit außergewöhnlicher Helligkeit und hohem Kontrast.

www.lg.de



Torwegge

Berliner Triangel

Torwegge präsentiert eine Neuheit im Bereich Theater- und Bühnentechnik: Der Berliner Triangel mit geringer Ausladung ist ein Dreieckskroller, der laut Hersteller einen wesentlich kleineren Störkreis aufweist als alle vergleichbaren Produkte am Markt. Damit eignet er sich für das Bewegen hoher, schwerer und dabei besonders schmaler Requisiten in Opernhäusern und Theatern. Er ist exklusiv bei dem Bielefelder Unternehmen erhältlich. Das Besondere an der Technik: Bei einem Raddurchmesser von 100 Millimetern, wie ihn auch bisher verfügbare Produkte dieser Art haben, hat der neue Berliner Triangel einen um knapp ein Drittel geringeren Störkreis von nur 330 Millimetern. So lässt er sich parallel und weiter außen an den Konstruktionen einsetzen, wodurch diese deutlich wendiger und gleichbleibend stabil ist. Alle Teile werden in Deutschland gefertigt und zusammengesetzt.

www.torwegge.de

Gig Gear

Arbeitshandschuhe

Gig Gear präsentiert zwei spezielle Arbeitshandschuhe für Techniker, die Fingerspitzengefühl für feinmotorische Arbeiten benötigen und gleichzeitig ihre Hände schützen müssen. Durch umklappbare Fingerkuppen gewähren Gig Gear Gloves innerhalb Sekunden das volle Feingefühl. Ebenso schnell sind die Finger wieder komplett bedeckt. So eignen sich die Handschuhe besonders für Event-Techniker, Systemintegratoren, Kamera-Gripper, Messebauer und viele andere Anwender. Die Handinnenseiten sind gepolstert und rutschfest beschichtet. Hand- und Fingerrücken sind durch flexible Kunststoff-Formteile geschützt. Touch-Devices können durch den Handschuh hindurch bedient werden. Das Gewebematerial ist atmungsaktiv und strapazierfähig. Jeder Handschuh ist zum Aufhängen mit einem Haken versehen. Gig Gear Classic Gloves sind mit Elementen in gelber Signalfarbe ausgeführt, um die Sicht auf die Hände und Finger zu gewährleisten. Gig Gear Onyx Gloves sind für maximale Diskretion komplett schwarz gehalten. Alle Gig Gear Produkte sind im Vertrieb der PAT GmbH erhältlich.

www.proaudio-technik.de



GLP

Streamer

Als Antwort auf die stark gestiegene Nachfrage nach Videokonferenzen und Streaminglösungen hat GLP den Streamer entwickelt. Dabei handelt es sich um eine kleine, vielseitige LED-Lichtquelle für den Einsatz am Rechner oder Notebook. Die handliche Lösung bietet einen hohen, flickerfreien Output im Farbtemperaturbereich von 1900-5600 K, erzeugt von drei verschiedenfarbigen LED-Lichtquellen. Der Streamer, ein „Prosumer“-Produkt, passt dank des robusten und doch kompakten Gehäuses mit einer Länge von nur 15 Zentimetern leicht in jede Laptoptasche. Auf die integrierten Farbtemperatur-Presets sowie die Intensität kann direkt über die Tasten des Geräts zugegriffen werden. Die Presets lassen sich auch leicht vom Benutzer in der mitgelieferten Desktop-Anwendung (Mac und PC) ändern. Darüber hinaus sorgt der Streamer auch bei Fotoaufnahmen ganz flexibel für gutes Licht.

www.glp.de

ACCESS ALL AREAS

Messen • Events • Installationen • AV-Medientechnik • Rental



FAMA-Fachtagung 52 Streaming Studio 53 MOSAiC-Expedition 54
Hybrid Space 56 Purple Schulz 58 5G-Netz 60 Schlossprojektion 62

„Erst Hirn einschalten, dann die Technik“

Zum ersten Mal fand eine Messefachtagung des FAMA als reine Online-Veranstaltung statt. Die wesentlichen Inhalte wurden live auf einer großzügigen Bühne in den Räumen des Crystal Ballroom in Karlsruhe produziert.



Zu Beginn begrüßten Moderator Mike Seidensticker, Hans-Joachim Erbel und - aus Hamburg zugeschaltet - der ursprünglich vorgesehene Gastgeber Bernd Aufderheide den Teilnehmerkreis.

Den programmatischen Auftakt machte ein lebendiger Schlagabtausch zwischen Hans-Joachim Erbel und Christoph Hinte. In einer lebendigen Inszenierung vertraten die beiden pointierte Positionen zur Standortbestimmung und den Zukunftsaussichten der Messewirtschaft. Während Erbel die Pandemie mit einem außergewöhnlichen Klimaereignis verglich, sprach Hinte von einem Meteoriteneinschlag.

Daran anschließend gab es mit vier ermutigenden Erfahrungsberichten eine beeindruckende Portion Praxis: Michael Degen (Messe Düsseldorf) erzählte von dem im August erfolgreich durchgeführten „Caravan Salon“ in Düsseldorf. Michael Wiedekamp (Hamburg Messe) berichtete aus der Sicht des Geländebetreibers für die Gastveranstaltung „Nordstil“ der Messe Frankfurt.

Carola Schwennsen (Fachausstellungen Heckmann) gewährte einen launigen Einblick in die erfolgreich durchgeführte „Infra“ in Hannover. Den Schlusspunkt unter die Erfahrungsberichte setzte Arno Reich (Deutsche Messe) mit seinem Vortrag über die als reine Online-Veranstaltung durchgeführten „Hannover Messe Digital Days“.

Female Leadership

Mit ihrer Vision-Note „Von Akzeptanz und Kulturwandel: Female Leadership in der Messebranche“ griff Juliane Jähne (Agendum Schmitt & Jähne Partnerschaft) ein echtes Zukunftsthema auf. Mit ihrem lebendigen Vortrag sensibilisierte die Mit-Initiatorin des Frauennetzwerks „Women in Exhibitions“ den Teilnehmerkreis für die vielfältigen Potenziale von Diversität. Diverse Organisationen seien resilienter und würden daher in Krisenzeiten wie diesen schneller und zielgerichteter agieren können.

Vor der ersten digitalen Kaffeepause gewährte Jörn Holtmeier, Geschäftsführer des AUMA, einen aufschlussreichen Einblick in die politische Lobbyarbeit in Berlin. Nach der Pause teilte sich der Teilnehmerkreis, wie von den Präsenzveranstaltungen her bekannt, in drei Podiumsdiskussionen.

The New Normal

Im Podium 1 mit dem Titel „The New Normal“ moderierte Oliver Schmitt (Agendum Schmitt & Jähne Partnerschaft) eine illustre Runde

aus Hans-Joachim Erbel und Christoph Hinte (beide vor Ort auf der Bühne) und den zugeschalteten Akteuren aus den Erfahrungsberichten Michael Wiedekamp, Michael Degen und Arno Reich. Die lebendige Diskussion war geprägt von großem Realismus, vorsichtiger Zuversicht und der Überzeugung, dass das Leistungsversprechen gut gemachter Messen intakt sei und auch diese schwierige Zeit überstehe.

Women in Exhibitions

Im Podium 2 standen unter der Moderation von Lena Buhleier die COO des Congress Centrum Hamburg CCH, Heike Mahmoud, und die Vision-Note Speakerin Juliane Jähne Rede und Antwort. Der große Handlungsbedarf in Sachen Diversität und Frauen in Führungspositionen, gerade in der Messebranche, wurde unter anderem dadurch deutlich, dass sich kein einziger Mann in dem digitalen Raum zeigte.

Messe-Impuls-Preis

Im dritten Podium schließlich stellten sich die Nominierten für den diesjährigen Messe-Impuls-Preis des FAMA einer kritischen Jury aus Henning Könicke, Sebastian Kreuzer, Sven Prüser und Carola Schwennsen. Moderiert wurde das Podium von Stefan Luppold.

Den Abschluss des ersten Tages machte Thorsten Jekel (Jekel & Team) mit seinem pointierten Vortrag unter dem Titel „Erst Hirn einschalten, dann die Technik“, in dem er unter anderem auf die Bedeutung von unternehmerischem Mut und Kreativität in Krisenzeiten hinwies.

Den Auftakt für den zweiten Tag bildete das launige Duo Thilo Könicke (AFAG) und Martin Glöckner (Glöckner Keller Rechtsanwälte) mit ihrem Vortrag „Recht aktuell und betriebliche Praxis“. Wie immer gewährten sie gut verständliche Einblicke in komplexe rechtliche und praktische Fragestellungen.

Auch die „Best-Case-Circles“ haben digital hervorragend funktioniert. Ralf Hocke leitete den Arbeitskreis „Future of Work“, Constanze Kreuzer moderierte den Arbeitskreis „B2C-Besucher“, Maik Heißer und Melanie Seger führten durch den Arbeitskreis „B2C-Aussteller“, Götz-Ulf Jungmichel und Petra Lassahn beschäftigten ihre Arbeitsgruppe mit Fragen zu „B2B-Messen“ und Thilo Könicke und Martin Glöckner übernahmen den Arbeitskreis „Veranstaltungsleitung und Organisation“.

Den Abschluss der diesjährigen Herbst-Messefachtagung bildete Kirsten Brühl (Linking Minds) mit ihrem Vortrag „New Work: Die neue Selbstverantwortung“.

Blick nach vorn

Besondere Zeiten erfordern mittlerweile gar nicht mehr so besondere Formate. Deshalb fand die diesjährige Ausgabe der IGWV Mitglieder-versammlung als Onlineversion und in kondensierter Variante statt.

Bei Anwesenheit aller ordentlichen und aller Fördermitglieder wurde der Rahmen vorgegeben von notwendigen Entscheidungen und relevanten Informationen zu den IGWV Basispunkten Ausbildung, Qualitätsstandards und verbandsübergreifende Themensetzung für die Branchenzukunft.

Organisatorisch galt es die durch das Ausscheiden von Karl-Heinz Mittelstädt (DTHG), Marc Grandmontagne (DBV) und Roland G. Meier (BVVS) freien Posten innerhalb des Vorstandes neu zu besetzen.

Stefan Eschelbach wurde für den Deutschen Bühnenverein durch die ordentlichen Mitglieder auf die bereits im Februar vakante Stelle von Herrn Grandmontagne bestätigt. Gleiches gilt für Maria Kross von der DTHG, die ab sofort ihre Expertise im Vorstand einbringen kann. Die Position des stellvertretenden Präsidenten übernimmt Helge Leinemann (VPLT). Im Vorfeld der Jahreshauptversammlung haben die Fördermitglieder bereits Nicole Behr (IgPV) als ihre Vertreterin im Umlaufverfahren gewählt.

Alle Teilnehmer der Mitgliederversammlung sind sich darüber im Klaren, dass die unerwarteten Herausforderungen in 2020 die Branche noch lange begleiten werden. Umso wichtiger ist es erfolgreiche Projekte wie „IGWV 4 Education“ und die Ausbildungsinitiative 100Pro noch stärker zu fördern, Synergien zu nutzen und in den Verbandsstrukturen zu verankern. Ebenso wurde deutlich, dass es kaum einen wichtigeren Moment als den jetzigen gibt, um mit dem Vorantreiben der Forschungsstudie „Landkarte der Veranstaltungswirtschaft“ und die damit einhergehende Kampagne „Zähl Dazu“ zu zeichnen. Damit soll die Branche zukünftig nicht nur Stimme und Gesicht haben, sondern auch eine validierte und substantielle Aussagekraft gegenüber politischen Entscheidungsträgern haben. Diese Konzepte schlagen selbst während einer Pandemie im Rhythmus der IGWV Kernthemen und zeigen, dass eben in jenen besonderen Zeiten, durchaus Raum für den Blick nach vorn ist.



59.100 Euro Spenden

Das Aventem Streamingstudio in Hilden bot einmal mehr die Kulisse für eine besondere Veranstaltung: Am 14. Dezember feierte die traditionsreiche Benefiz-Kunstauktion Heartwork ihre Online-Live-Premiere im Aventem Studio. Insgesamt 59.100 Euro kamen bei der von Wolfgang Klon (RTL/ntv Inside Art) moderierten Benefiz-Auktion zugunsten von Heartbreaker zusammen. Damit unterstützt der Förderkreis der Aidshilfe Düsseldorf Menschen mit HIV und Aids, insbesondere die Projekte wie die „Jugendprävention“ und „Frauen und die Familien“.

Der traditionelle Benefiz-Event fand bereits zum 18. Mal statt. Corona-bedingt waren die Veranstalter gezwungen, neues Terrain zu betreten und entschieden sich, anstelle der jährlichen Live-Veranstaltung in der Kunstsammlung NRW K21 mit rund 600 Gästen eine Online-Live-Auktion im Aventem Streamingstudio am Düsseldorfer Stadtrand durchzuführen.

Die aus der Not entstandene Lösung brachte aus Sicht des Veranstalters auch zahlreiche Vorteile. Mehr Gäste als bisher bekamen die Möglichkeit, den Event sicher und ohne Zugangsbeschränkungen virtuell zu besuchen und ebenso sicher mitzubieten - schriftlich, telefonisch und im virtuellen Bieteraum per Chat. Dafür lieferte Aventem den speziellen technischen Support und den Rahmen für die erste Online-Live-Kunstauktion zugunsten dieses guten Zwecks. Neben dem Studio war dies vor allem die Plattform, die mit latenzfreiem Streaming und ebenso verzögerungsfreier Interaktion eine digitale Auktion erst ermöglichte.

Für die Auktion spendeten 30 Künstler im Vorfeld insgesamt 36 Werke. Christi's Deutschland Direktor Arno Verkade und sein Team führten, wie in den Vorjahren auch, die Benefiz-Veranstaltung pro bono durch.

Intercom

Funktechnik

Dolmetschertechnik

UHF Drahtlostechnik

Sonderlösungen



Mehrwert durch digitale Funktechnik

kölnton – als langjähriger Motorola Partner bieten wir Ihnen stets den aktuellen Stand der Technik für Ihre Produktion.

Sicher. Wirtschaftlich. Im Dry-Hire, Fullservice oder zum Kauf.

Gerne informieren wir Sie über die zusätzlichen Möglichkeiten digitaler Funkgeräte für Ihre Anwendung.

Profitieren Sie von unserem Know-how und unserer Erfahrung!



Eisbrecher-Drifting im Nordpolarmeer

Erdkunde-Lehrerin Friederike Marie Krüger dokumentiert sechs Wochen lang die Arbeit der größten Arktis-Forschungsfahrt aller Zeiten, der „MOSAiC-Expedition“ mit Sennheiser-Mikrofonen.

Die MOSAiC-Expedition („Multidisciplinary drifting Observatory for the Study of Arctic Climate“) gilt als die größte Arktis-Forschungsfahrt aller Zeiten und als Meilenstein in der Klimaforschung. Die am 20. September 2019 im norwegischen Tromsø gestartete Expedition ging am 12. Oktober 2020 mit der Rückkehr des zentralen Expeditionsschiffes, der Polarstern, in ihren Heimathafen Bremerhaven am 12. Oktober 2020 zu Ende.

Im arktischen Winter trieb der Eisbrecher „Polarstern“ des Alfred-Wegener-Instituts, Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung festgefroren an einer riesigen Eisscholle über das Polarmeer. Das passiv im Eis driftende Schiff war mit einem kilometerweit ausgedehnten Netz von Messstationen verbunden. Ein Ziel der Expedition besteht darin, den Einfluss der Arktis auf das globale Klima besser zu verstehen und verlässlichere Prognosen erstellen zu können.

Ein Teil der Expedition war die Lehrerin Friederike Marie Krüger, die für sechs Wochen den Klassenraum mit einem der Versorgungs- und Forschungsschiffe tauschte, um das Thema für Schulen aufzubereiten. Sie nahm - mit Sennheiser-Mikrofonen - eine Minidokumentation über die Expedition auf; außerdem stehen ihre Unterrichtsmaterialien auf der Education-Subsite der Expedition zur Verfügung.

Normalerweise ist Friederike Marie Krüger als Erdkundelehrerin tätig. „Meine Zulassungsarbeit an der Universität habe ich über die weltweite Gletscherschmelze geschrieben“, verrät die ehemalige Geographiestudentin. „Während meines Studiums und auch in den Jahren danach war ich mehrfach auf Island; die Faszination für nordische Regionen hat mich schon früh gepackt. Die Ausschreibung für die MOSAiC-Expedition ge-

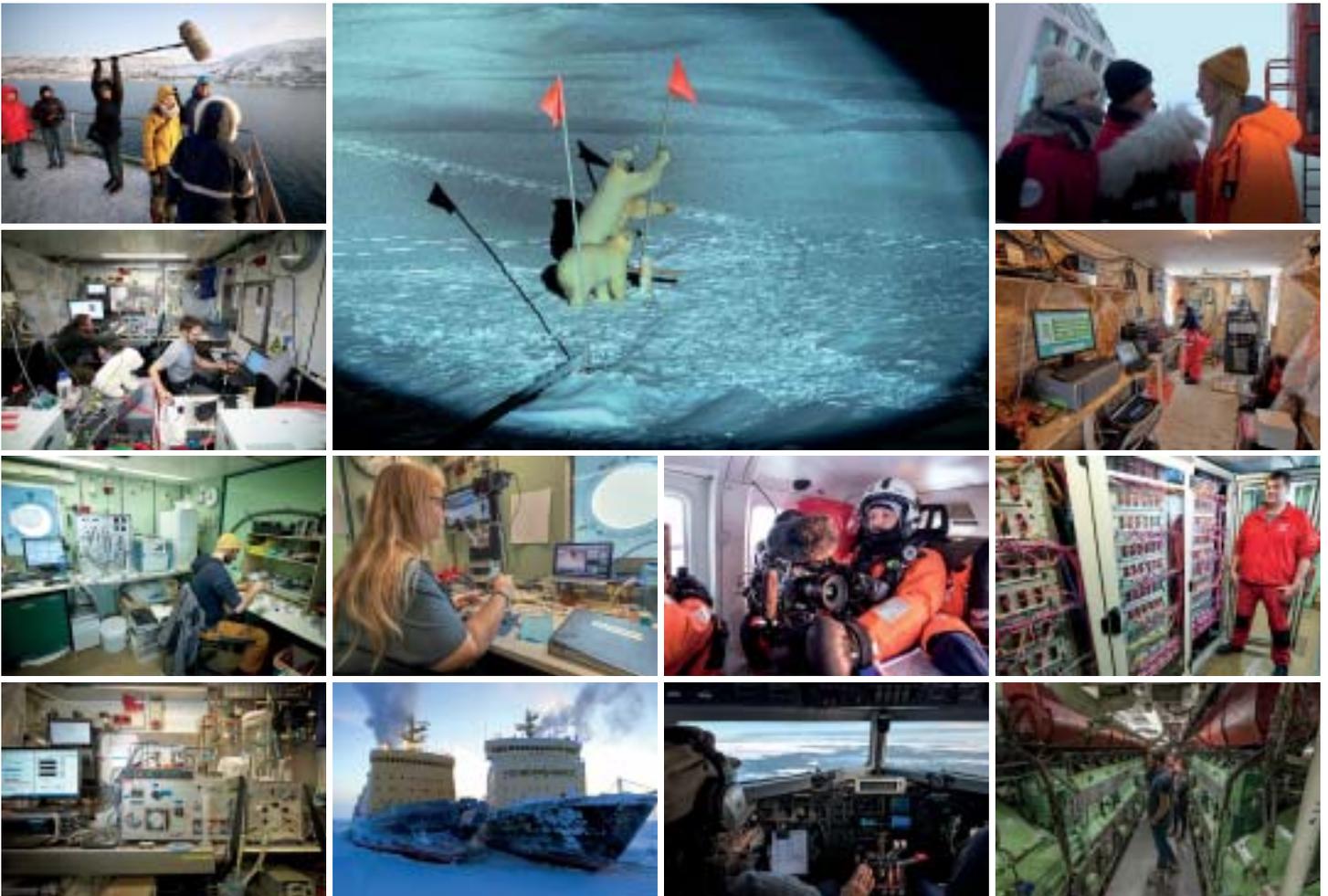
langte dennoch eher zufällig in meine Hände - es wurden explizit Lehrer gesucht, die die Reise begleiten sollten. Das ist bei Forschungsexpeditionen durchaus üblich und dient nicht zuletzt dazu, einer breiteren Öffentlichkeit zusätzliche Sichtweisen zu eröffnen.“

Um ihre Eindrücke von der Arktis festzuhalten, hatte sich Friederike Krüger eine Kompaktkamera mit CMOS-Sensor und fest eingebautem Zoom-Objektiv geliehen. Darüber hinaus nahm sie zwei Sennheiser-Mikrofone mit auf die Reise in die Arktis.

Friederike Krüger reiste auf dem russischen Forschungsschiff Akademik Federov, das die Fahrt der Polarstern während der ersten Expeditionsphase begleitete und unter anderem zusätzlichen Schiffsdiesel sowie ergänzende Messinstrumente mitführte. Nach dem Andocken der Polarstern an eine geeignete Eisscholle fand ein direkter Schiff-an-Schiff-Austausch von Menschen und Material statt. Anschließend nahmen die Eisbrecher bewusst Abstand voneinander, um die für den Drift auserkorene Scholle nicht zu beschädigen und die Messungen nicht zu beeinträchtigen.

Mit ihren wissbegierigen Schülern aus der fünften Klasse der IGS Bothfeld konnte die Erdkundelehrerin während der Reise einmal über das bordeigene Satellitentelefon sprechen; ansonsten konnten Nachrichten zu vorgegebenen Zeiten über ein Messenger-Programm abgesetzt werden.

Den Umgang mit der ihr zuvor unbekanntem Audio-/Video-Technik meisterte Friederike Krüger beherzt: „Die Videoaufnahmen in 4K- und Full-HD-Auflösung sind wirklich gut geworden, was gleichermaßen für den Ton gilt“, so Krüger. „Anfangs hatte ich überhaupt nicht daran ge-





dacht, externe Mikrofone mitzuführen, sondern wollte ausschließlich die Kompaktkamera verwenden. Fünf Tage vor der Abreise trafen dann aber zum Glück die beiden Sennheiser-Mikrofone bei mir ein.“

Die Außentemperaturen bewegten sich zwischen -20 und -25 Grad Celsius, und an Bord konnte die Kamera aufgrund der Schiffsbewegung nicht auf einem Stativ montiert werden. Zur Tonaufnahme verwendete Krüger auf der Expedition zwei bewährte Sennheiser-Mikrofone: Bei Innenaufnahmen fand in erster Linie ein MKE 440 Verwendung, das auf den Blitzschuh der Kamera montiert wurde. Bei dem kompakten Stereomikrofon fangen zwei Kapseln in V-förmiger Anordnung akustisch einen Bereich ein, der mit dem Abbildungswinkel eines 35-mm-Kameraobjektivs korrespondiert - bei homogener Abdeckung des gesamten Feldes mit besonders hoher Sprachverständlichkeit im Bildfokus.

Für Außenaufnahmen verwendete Friederike Krüger ein Sennheiser MKH 416, das durch einen Windschutzkorb MZW 60-1 und eine Windschutzhülle MZH 60-1 aus langhaarigem Polyestervlies vor Windgeräuschen geschützt wurde. Das kurze Richtrohrmikrofon wurde an einer Schwinghalterung MZS 20-1 angebracht, die dank Pistolengriff einfach zu führen war.

Das MKH 416 wurde per XLR-Kabel an den Sennheiser-Batteriespeiseadapter MZA 14 P 48 U angeschlossen und von diesem mit Phantomspannung versorgt, bevor das Mikrofonsignal über die 3,5-mm-Stereo-

Minibuchse der Kompaktkamera mit automatischer Aussteuerung aufgezeichnet wurde. Die Aufnahmen wurden kameraintern auf SD-Karten gespeichert, welche von Friederike Krüger an Bord auf ihren Laptop und auf externe Festplatten gesichert wurden.

Und welches arktische Klangereignis war für sie das eindrucksvollste? Friederike Krüger berichtet mit lebhaften Worten über so genannte „Eispresungen“, bei denen sich die Eismasse bedingt durch Seegang, Gezeiten und Wind verdichtet und mit gewaltiger Kraft gegen die Schiffswand drückt. „Es ist vergleichbar mit dem zehnfachen Geräuschpegel einer knarrenden Stahltüre in einer leerstehenden Lagerhalle - direkt neben dem eigenen Bett!“

Lebhafte Erfahrungsberichte aus erster Hand, begleitet von in Eigenregie produzierten Videos und authentischen Tonaufnahmen: Seit ihrer Rückkehr in heimische Gefilde gibt Friederike Marie Krüger ihre Faszination für die Arktis nicht nur an Schüler und an Kollegen der IGS Bothfeld weiter - vielmehr hält die engagierte Pädagogin bundesweit Vorträge an Schulen, für die passende Unterrichtsmaterialien erarbeitet wurden. Uni-Seminare für Geographielehrer befinden sich in Vorbereitung, und darüber hinaus sind Projekte mit Museen geplant. Außerdem sind Krügers Video- und Audioaufnahmen gemeinsam mit weiterem Material auf der MOSAiC-Homepage zu finden.

www.sennheiser.com



Stageco gewann 2019 zum 9. Mal den TPI award „Favourite Staging Company“

2007 - 2008 - 2009 - 2010
2011 - 2012 - 2014 - 2016

VISIT  www.stageco.com

**IF YOU CAN
IMAGINE IT,
WE CAN
BUILD IT.**

BÜHNEN

SONDERBAUTEN

EVENT-KONSTRUKTIONEN

Photo: © Inna Photography - Ina Straßes



STAGECO
DEUTSCHLAND GMBH



Physisch, digital oder beides?

Die Antwort lautet: in jedem Fall effizient und vor allem sicher. So lauten die Anforderungen an Formate der Live-Kommunikation in der heutigen Zeit. So ging auch der „Hybrid Space“ am Unternehmensstandort von Holtmann in Hannover an den Start.

Holtmann und ICT haben hier auf mehr als 400 qm den ersten Raum der hybriden Erlebniswelt geschaffen. Mittlerweile haben ganz unterschiedliche Veranstaltungen in diesem Raum stattgefunden. Das Beispiel einer hybriden Messe des Hannoveraner Kfz-Teilegroßhändlers Heil & Sohn sowie das Beispiel des Annual General Meetings des IFES International Federation of Exhibition and Event Services zeigen die vielfältigen Möglichkeiten.

Heil & Sohn veranstaltet jährlich mehrere stationäre Messen. Eine Veranstaltung in Hamburg sollte es in diesem Jahr trotz der Corona-Zeit noch werden, die dann aber sechs Wochen vor dem Termin von den Behörden nicht mehr genehmigt wurde. Doch ein Ausfall war für das Unternehmen keine Option. Das hybride Format der „km/H exklusiv“ wurde somit geboren. Innerhalb von drei Wochen sollte die Veranstaltung umgesetzt werden. Das hieß für alle Beteiligten eine intensive Vorbereitungszeit. So wurden die sich präsentierenden Lieferanten von dem Konzept überzeugt, die Ausstellung der Exponate vor Ort koordiniert und Content für die Talkrunden und Produktpräsentationen kreiert.

An zwei Tagen fand dann die Veranstaltung vor Ort und virtuell statt. Verschiedene Themenblöcke, an denen jeweils eine Anzahl an Besuchern vor Ort - entsprechend den Hygienevorschriften jeweils circa 40 - und eine Vielzahl an Gästen online teilnahmen, erlebten Produktneuheiten über Vorträge, Talkrunden, moderierte Produktpräsentationen sowie Live-Demonstrationen an den im „Hybrid Space“ ausgestellten Exponaten, welche wiederum live übertragen wurden - dank zahlreicher Kameras und einer digitalen Bildregie. Über eine Landingpage auf der Homepage von

Heil & Sohn konnten sich die Besucher direkt mit dem passenden Ansprechpartner verbinden und auch persönliche Termine vereinbaren.

Doch zu einer derartigen Messe-Veranstaltung gehören nicht nur Konferenzraum und Vorträge. Zum einen konnte das Firmengelände von Holtmann als Außengelände für weitere Präsentationen von Lieferanten sowie auch Meeting-Räume für kleinere Besprechungsrunden während der Laufzeit in den Gebäuden genutzt werden. Zum anderen wurde in einem weiteren Raum - der so genannten Plaza - auch für das leibliche Wohl der Vor-Ort-Gäste gesorgt. Alle Zuwege waren dabei beschildert und als Kreislauf angelegt, Personal überwachte stets die Einhaltung der Abstände bzw. die Maskenpflicht. Das Live-Event war somit das Zentrum für die interaktive Teilnahme einer Vielzahl an Gästen und für ein Maximum an digitalem Content. Ausgehend von der physischen Plattform verband der „Hybrid Space“ digital verlängert die beiden Welten und wurde so zur hybriden Erlebnisplattform mit intensivem Produkterlebnis, hoher Interaktion und großer Reichweite.

Auch der IFES musste umdenken, hat er doch in seinen Statuten festgelegt, dass im ersten Halbjahr eines jeden Jahres die Jahreshauptversammlung stattzufinden hat. Sonst ein vor allem als Social Event angelegtes Treffen war aber in diesen Zeiten so nicht möglich - die eigentlich 3-tägige Veranstaltung in Amsterdam musste verschoben werden. Doch ein neuer Präsident musste gewählt, weitere Gremienmitglieder bestimmt und über verschiedene Anträge beschlossen werden. Gerade die Veranstaltungsbranche fühlt angesichts der immer noch andauernden Situation: Wir sitzen alle in einem Boot. Und so bot Holtmann dem IFES an, den „Hybrid Space“ für die Veranstaltung zu nutzen.

Mit 40 physischen Teilnehmern und einem Vielfachen online - und in diesem Fall aus der ganzen Welt - erlangte die Jahrestagung zahlenmäßig mindestens die gleiche Reichweite wie die Meetings zuvor. Trotz der Erkenntnis der IFES-Geschäftsführerin Uta Goretzky „You can't e-mail a handshake“ entstand ein großes Gemeinschaftsgefühl. Und so war die Jahrestagung zwar ein anderes, aber trotzdem eindrucksvolles Erlebnis.

Der „Hybrid Space“ verbindet die reale und digitale Welt. Er ist modular und flexibel und kann für jedes Live-Format in kürzester Zeit angepasst werden. Das Raumkonzept mit zentraler Bühne und 80 qm hochaufgelöste LED bietet Möglichkeiten für verschiedenste Anforderungen an Präsentationsformate und Produktpräsentationen. Die Anpassung der Module erfolgt individuell nach Bedarf des Kunden - mit geringem Aufwand und Kosten werden so verschiedenste Möglichkeiten geschaffen. Hinzu kommt ein sicheres Zugangskonzept im vorgelagerten „Safety Space“, in dem jeder Besucher Fiebermessung, Maskencheck und Registrierung vor Eintritt durchläuft.

www.hybrid-space.de



DIGITAL MIXING SYSTEM

RIVAGE

PM



Live Depends on Us
Your mixes. Our consoles.



RIVAGE PM10 Digital Mixing System



NEW

RIVAGE PM7 Digital Mixing System



For more information please visit www.yamahaproaudio.com

Perfecting the Art of Live Sound



In 80 Millisekunden um die Welt

RRN, Riedel, TV Skyline, The Black Project, Lightpower und weitere Partner realisieren das erste komplett dezentral produzierte Show-Event.

Kürzlich kam es zu einer Zusammenarbeit, die Live-Musik in Zukunft nicht ersetzen, aber verändern könnte. Unter der Federführung von Peter Brandt, Produzent und CEO von Remote Recording Network (RRN), wurde Ende November in einer internationalen Kooperation ein revolutionäres Live-Event mit Purple Schulz produziert, bei dem sämtliche Gewerke remote über Kontinente hinweg vernetzt arbeiteten.

In den 1980er und 1990er Jahren erlangte Purple Schulz als deutscher Sänger, Songwriter, Multiinstrumentalist und Radiomoderator mit Titeln wie „Sehnsucht“, „Verliebte Jungs“ und „Kleine Seen“ große nationale Bekanntheit. In Zeiten von Corona suchte er nach Ideen, wie man trotz der Einschränkungen Konzerte geben kann - und stand für ein intimes Konzert auf der Bühne im One 2 One-Studio von TDA Rental in Bottrop. Für die Lichtsteuerung kam ein Grand MA3 System zum Einsatz. Für die Beleuchtung wurden unter anderem Prolights Pixie Zoom, Portman Lights P1 Retro und Portman Lights P3 PIX3L, sowie Mac Viper Air FX und Mac Viper Profile spezifiziert.

Lichtdesigner war Roland Greil von The Black Project, der von München aus an dem Projekt arbeitete. Greil erläutert das Set-up des Konzerts, das in Bottrop bei TDA Rental aufgezeichnet wurde, während Marc Brunkhardt, der als Lichtprogrammierer und Regisseur fungierte, in Frankfurt an einer Grand MA3 full-size saß und das Rigg steuerte. Sven Offen aus Wien, Österreich, führte Regie bei der Übertragung, während die Kameras von Mainz aus gesteuert wurden.

Mit Blick auf das Licht- und Produktionsdesign kommentierte Greil: „Meine Vision war es, ein gemütliches, intimes Design und eine Atmosphäre für die Show zu schaffen, die sowohl den passenden Hintergrund als auch die passende Atmosphäre für den Auftritt von Purple bietet. Deshalb haben mein Partner Michael Kuehbandner und ich ein flexibles, aber überschaubares Rigg mit einem Old-School-Tungsten-Touch zusammengestellt. Da wir kein Publikum hatten, wollten wir den Raum mit etwas Leben füllen und fügten 40 Tungsten-Glühbirnen auf Stativen hinzu. In dieser Hinsicht war alles ziemlich normal für einen akustischen Gig. Die eigentliche Herausforderung lag in der Steuerung, da wir das Rigg komplett remote steuerten. Wir entschieden uns für den Einsatz der Grand MA3 Software, da diese die beste Plattform für das Remote-Setup war. Das System mit einem Pult in Frankfurt, das in einer Session mit dem Vor-Ort-System in Bottrop verbunden war, funktionierte einwand-

frei, nachdem wir zusammen mit dem Team von Riedel alle Internet-Probleme gelöst hatten.“

Der FOH- und Broadcast-Ton wurde in Köln gemischt und die parallele Tonaufzeichnung in 5.1.4 aus den Valhalla Studios in New York gesteuert. Das TV-Skyline Skycenter in Mainz fungierte als Knotenpunkt für die Kamerasteuerung, Bildmischung und Stream-Einspeisung, während die Qualitätskontrolle sowie Remote Audience Management von Berlin aus erfolgte.

Eine weitere Weltneuheit war, dass die gesamte Remote-Einrichtung und -Übertragung auf normalen Standard-Internetverbindungen basierte und nicht auf teuren dedizierten Glasfaser-Breitbandverbindungen. Während alle Remote-Stationen über Standardverbindungen angeschlossen waren, wurde das andere Ende in Bottrop über zwei 10mB-DSL-Uploads und ein paar 4G- und 5G-Router mit Consumer-SIM-Karten angeschlossen.

Ein besonders immersives Erlebnis boten in Sitzplatzperspektive um die Bühne platzierte iPads, die Interaktion zwischen Zuschauern und Künstlern ermöglichten und das Event für beide Seiten gleichermaßen erlebbarer machten.

Technisches Herzstück der Produktion war das Remote Operations Center (ROC) in der Hauptniederlassung von Riedel in Wuppertal. In dieser Kommunikations- und Signalzentrale liefen alle „Remote-Fäden“ zusammen; hier wurden Intercomsignale, Datenströme, sowie Audio- und CCTV-Feeds gemanaged, programmiert und überwacht.

„Das vor fünf Jahren entstandene Remote Show Productions-Konzept entwickelt aktuell eine besondere Dynamik, ist aber auch und speziell für die Anwendung zu ‘normalen’ Zeiten gedacht“, so Brandt. „Die Produktion zeigt nicht nur die Leistungsfähigkeit der beteiligten Gewerke, eine komplette Show in allen Disziplinen fernzusteuern, sie liefert auch direkt die Blaupause für zukünftige Anwendungen in den verschiedensten Genres. Diese revolutionäre Form der Remoteproduktion ermöglicht ein gänzlich neues Konzert-, Event, oder Theatererlebnis, ist wesentlich nachhaltiger, schont die Budgets, und schafft dadurch Arbeitsplätze sowie finanzielle und kreative Spielräume.“

Weitere Projektpartner waren Just 24/7, Direct Out, Neumann, Sennheiser, Solotech, SPL, Studio Boecker, Imagion, Lumen Solution und MA. Frances Mertens, Jörg Jungwirth und Solotechs Holger Schader waren die Produktionsleiter.

Gerade in der aktuellen Situation wünschen Kunden sich einen sicheren Besuch des Supermarkts. Der Einsatz von UV-C-Technik bietet Unternehmen eine Möglichkeit zur gründlichen und praktischen Desinfektion von Verkaufsräumen, um beides zu gewährleisten. In Kooperation mit **Signify (Euronext: Light)**,



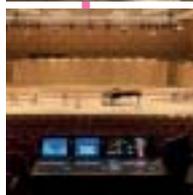
Weltmarktführer für Beleuchtung, setzt **Edeka** Clausen als erster Supermarkt in Deutschland in seiner rund 1300 qm großen Filiale in Hamburg zukünftig auf diese Technologie und installierte dort 31 UV-C-Geräte zur Luft-



desinfektion sowie eine UV-C-Kammer zur Desinfektion von Gegenständen. Die UV-C-Desinfektionsgeräte für die oberen Lufträume werden im Verkaufsraum in einer Höhe von 3,2 bis 3,5 Metern an Säulen und Wänden installiert. Die UV-C-Strahler desinifizieren kontinuierlich die vorbeiströmende Luft.

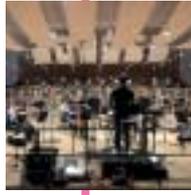
Die Luftzirkulation im Raum stellt sicher, dass sich die desinfinzierte Luft mit den unteren Luftschichten vermischt.

Das **Landesfunkhaus Niedersachsen** in Hannover entschied sich zur Erneuerung der Beschallungsanlage in seinen beiden Sälen. Die **Amptown System Company** führte die komplette Integration der Beschallungstechnik aus, lieferte ein neues Mischpult und führte Nutzerschulungen für die Technik durch. Der Kleine Sendesaal bietet 350 Sitzplätze. Im Großen Sendesaal, der auch Heimat der NDR Radiophilharmonie ist, finden 1250 Zuschauer Platz. Die strengen Anforderungen an ein neues optimiertes Soundsystem umfassten sowohl eine möglichst gleichmäßige Abdeckung des gesamten Auditoriums, eine hohe Sprachverständlichkeit als auch die Eliminierung von Wandreflexionen. Die Wahl fiel auf das ultrakompakte und leistungsstarke Kiva II und die flexible A-Serie von **L-Acoustics**. ASC übernahm auch die Lieferung der digitalen Mischpulttechnik von **Yamaha**, die fest im Großen Saal verbaut wurde. Das neue Pult im Großen Saal ist das Yamaha Rivage PM7.



der digitalen Mischpulttechnik von **Yamaha**, die fest im Großen Saal verbaut wurde. Das neue Pult im Großen Saal ist das Yamaha Rivage PM7.

Das renommierte **Opernhaus Zürich** baut für die kommende Spielzeit auf **Lawo** Technologie, um bei Auf-



führungen mittels einer IP-basierten Infrastruktur zusätzliche Räumlichkeiten für Orchester und Chor zu einem Gesamterlebnis einbinden zu können. Denn nur durch räumliche Trennung können die wegen Covid-19 geforderten Abstandsregeln eingehalten und damit die für die Saison 2020/2021 geplanten Opern, Operetten und Ballette dem Publikum

dargeboten werden. Remote Production ist geeignet, nicht nur die Entfernungen in technischer Hinsicht zu überwinden, sondern sorgt mit den nun möglichen Workflows über die Lawo Installationen dafür, dass sie in der Wahrnehmung für Aufführende und Publikum gänzlich verschwinden. Dazu nutzt das Opernhaus Zürich zukünftig ein Lawo mc²36 Pult, Stageboxen mit Lawo Compact I/O Einheiten sowie V-Remote-4 Geräte für den Transport und die Verarbeitung von Video- und Audiosignalen.

2005 eröffnete das vom römischen Stararchitekten Massimiliano Fuksas entworfene Oval im Salzburger Shopping-Center **Europark** seine Pforten. Ausgestattet mit 227 Sitzplätzen, bietet die einzigartige Bühne seit kurzem die neue **L-Acoustics** L-isa Immersive Hyperreal Sound-Technologie. Das Sounddesign von Martin Rode, Head of Application Install DACH, sieht einen fünfteiligen Aufbau mit den folgenden Komponenten vor: Scene-System: Fünf Arrays zu je 3 x A10 Wide oberhalb der Bühne über die gesamte Bühnenbreite; Subwoofer-Scene-System: Zwei Hangs zu je 3 x KS21 hinter dem Scene-System geflogen. Jeder Hang ist als horizontal angeordnetes Cardioid-Array konfiguriert und zueinander als Endfire-Array ausgeführt; Nahfeld: 5 x 5XT liegend an der Bühnenkante; Surround Seiten/Hinten: 3 x X8 Surround-Systeme pro Seite; zwei weitere X8 an der Rückwand; Surround Decke: 5 x 5XT als Overhead-Surround-Systeme an der Decke. Das Teambild zeigt (v.l.): Tim Vermeer (Pansound),



Martin Rode (L-Acoustics), Martin Rieder (Pansound), Rupert Pichler (Pansound), Martin Wurmnest (L-Acoustics), Tom Erlinger (Pansound), Flo Pichler (Pansound).

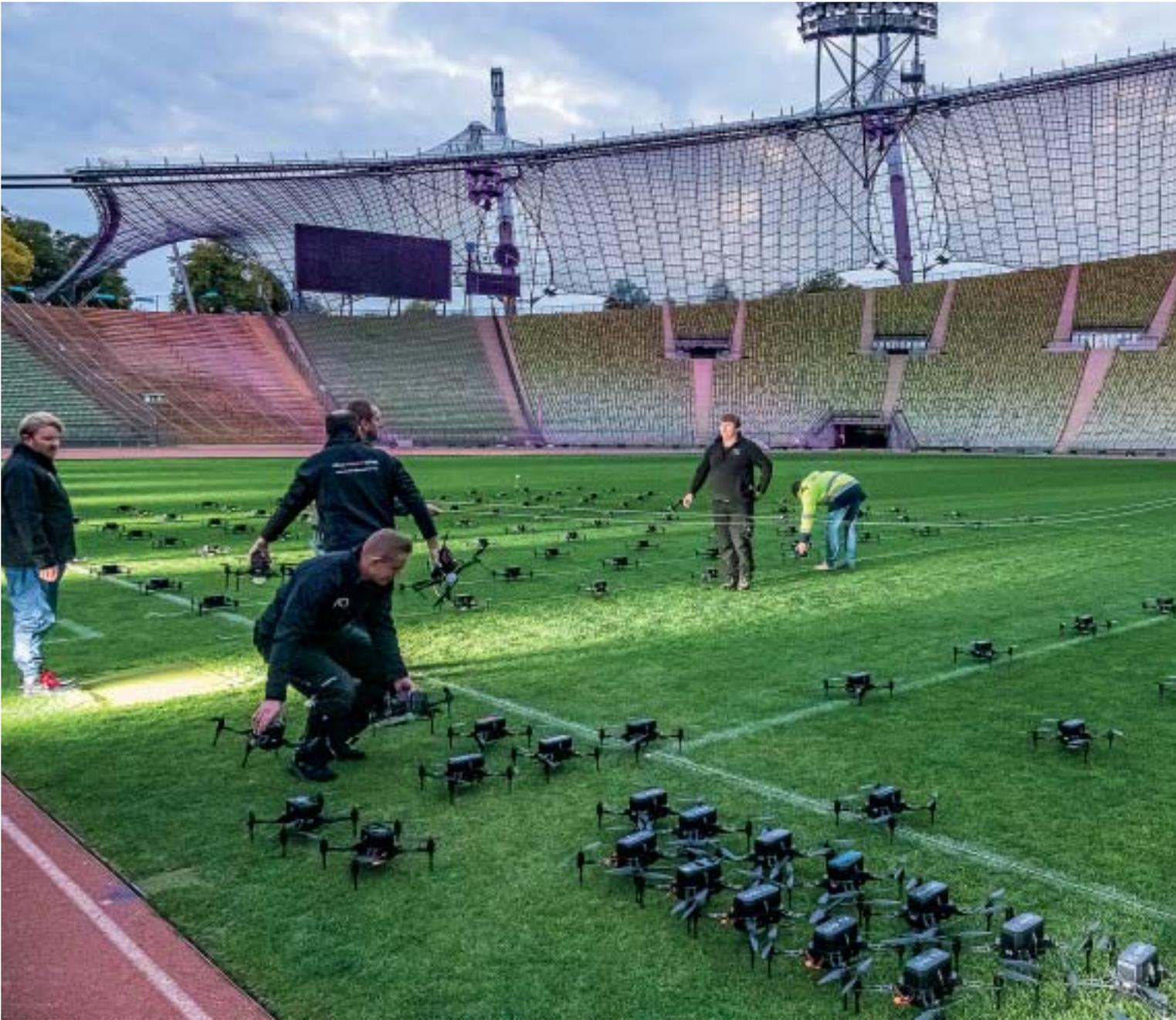
SMOKE FACTORY Spock

Die wohl leiseste Nebelmaschine der Welt.



**SMOKE
FACTORY**
FOG AND HAZE GENERATORS

Fog long and prosper.



Neue Höhenflüge

Zum Start des 5G-Netzes der Deutschen Telekom in München erhellte die hochmobile Elite-Drohnenflotte von AO Drones den Himmel über dem Münchner Olympiapark.

Der GPS-gesteuerte, 300-köpfige Drohnenschwarm führte eine akribisch programmierte zehnmünütige Nachthimmelsperformance vor, bei der die Logos und Botschaften der Deutschen Telekom in weiß und die Markenfarbe der Telekom, Magenta, für die Videokameras unten erstellt wurden.

Das Düsseldorfer Eventmanagement-Unternehmen Do It, das mit der Gestaltung der Auftaktveranstaltung beauftragt war, brachte seinen regulären Partner für Produktionstechnologie, AO Creative, mit ein. Diese wiederum beauftragte ihr in Dubai ansässiges AO Drones-Team mit der Lieferung der hochmodernen Drohnentechnologie. Verantwortlich für das gesamte Produktionsdesign war Lichtdesigner Jerry Appelt.

Das AO-Kreativteam, bestehend aus dem Showproduzenten Marco Niedermeier, dem technischen Leiter Matthias Meyert und dem Projekt-

leiter Timm Klopp, setzte die kreative Vision Appelts, einschließlich der Beleuchtung des Stadions selbst und der sorgfältig choreographierten Drohnenshow, innerhalb der während der Covid-19-Pandemie geforderten strengen Verfahren erfolgreich um.

Mit nur drei Wochen vom Startschuss bis zum Showtag war die Zeit knapp bemessen, erklärt Klopp. „Aber dank der reibungslosen Zusammenarbeit mit Do It funktionierte alles termingerecht. Ein Projekt wie dieses in so relativ kurzer Zeit zu realisieren, ist nur mit hervorragender Teamarbeit möglich.“

Der Schlüssel zum Erfolg des Projekts war die fortschrittliche, integrierte Hard- und Software des Drohnensystems. Das System wurde in den USA von Verge Aero speziell für die Anforderungen der Live-Unterhaltungsproduktion entwickelt und verfügt über leistungsstarke Programmier- und Bearbeitungsfunktionen, mit denen Änderungen und An-



long-data relationship

Leere Hallen – volle Live Streams. Cordial bietet ein breites Portfolio an Ethernet Kabel für zuverlässige Datenverbindungen in verschiedensten Längen auch auf stabilen SCHILL® GT 310 Trommeln. Damit dein Online-Event zum Erfolg wird.

passungen in letzter Minute schnell, zuverlässig und sicher vorgenommen werden können.

Marco Niedermeier von AO Creative sagt: „Wir sind sehr glücklich, wieder einmal zu zeigen, was unsere Drohnenflotte leisten kann. Und natürlich sind wir stolz und erfreut, dass wir die Gelegenheit haben, ein Projekt dieses Kalibers in solch schwierigen Zeiten durchzuführen.“

Seit mehr als 25 Jahren bietet Arts Outdoor Lighting Multimedia Events & Drones LLC regionale und internationale Unterstützung selbst für die anspruchsvollsten Projekte im Bereich der Architektur- oder Eventbeleuchtung: von der Lieferung der Ausrüstung - ob Verkauf oder Vermietung - über die Ausarbeitung kreativer Konzepte bis hin zur Bereitstellung von Full-Service-Unterstützung als Generalunternehmer. Das Unternehmen garantiert seinen Kunden in jeder Phase eines Projekts eine Kommunikation, die sich auf Fachwissen und effizien-

te Lösungen stützt. Zum exklusiven Produktportfolio des Unternehmens gehört die Falcon-Serie, die weltweit hellsten Beleuchtungskörper für ikonische Sichtbarkeit. Zur Unterstützung ihrer Projekte steht ihnen ein großes Netzwerk bewährter Partnerschaften zur Verfügung. Mit AO Drones und AO Creative kombinieren AO internationale Erfahrung in der Unterhaltungsindustrie mit innovativer Technologie, um Live-Unterhaltung auf ein ganz neues Niveau zu bringen.

Die Mission von AO Drones besteht darin, alle Arten und Größen von Veranstaltungen und Performances mit spektakulär choreographierten, volumetrischen Bildern am Himmel aufzuwerten. Von Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten aus schaffen sie einige der besten Drohnen-Unterhaltungserlebnisse weltweit.

Fotos: Ralph Larmann

www.ao-drones.com, www.ao-technology.com





Eine wahrhafte Würdigung

Digital Projection liefert weihnachtliche Lichtshow für das historische französische Schloss „Vaux-le-Vicomte“, umgesetzt vom französischen Integrator und Ausrüstungsverleiher BS Technology.

Das 50 Km südöstlich von Paris, in Maincy, gelegene Schloss Vaux-le-Vicomte ist für seine prächtigen Gärten aus dem 17. Jahrhundert und seinen Rang als größter denkmalgeschützter Privatgrundbesitz in Frankreich bekannt. Seit 15 Jahren veranstaltet das Schloss eine beeindruckende, weihnachtliche Lichtszenierung mit dem Namen „Vaux-le-Vicomte's Illuminations“, die Besucher zu einem festlichen Rundgang durch das 40 Hektar große Areal einlädt. In den letzten zwei Jahren gehörte auch das Videomapping mit zum Festprogramm, wobei das Ereignis mit einer atemberaubenden Projektion auf der vorderen Fassade des Schlosses beendet wird.

Dieses Jahr beschloss das für die aufwendigen Lichtprojektionen verantwortliche Team, der französische Integrator und Ausrüstungsverleiher BS Technology, den M-Vision Laser 21000 WU von Digital Projection für das Projektionsmapping auf der Fassade von Vaux-le-Vicomte einzusetzen. „Die neuesten, bahnbrechenden Technologien von Digital Projection, wie die externe Laser-Lichtquelle, sind wahrscheinlich das, wo-

durch wir erstmals auf sie aufmerksam geworden sind,“ erklärt Eric L’Herminier, technischer Direktor und Geschäftsführer von BS Technology. „Wir wollten deshalb das Videomapping-Projekt nutzen, um die Produkte im Realbetrieb zu testen und eine Zusammenarbeit zu testen.“

Die Projektion auf die barocke Fassade des Schlosses musste während der gesamten Weihnachtszeit, das heißt von Anfang Oktober bis zum 3. Januar 2021, laufen. Die Show lief von 18.00 Uhr bis 20.00 Uhr alle 30 Minuten, daher musste das Team ein automatisiertes System einrichten, das reibungslos und einwandfrei ohne weiteren Benutzereingriff funktionieren konnte.

So entschied man sich für vier M-Vision Laser 21000 WU von Digital Projection, paarweise gestackt zur Abdeckung der Mitte des Gebäudes mit der Kuppel, und die anderen zwei jeweils zur Abdeckung der beiden seitlichen Teile. Die Optiken dieser Projektoren unterschieden sich im Projektionsverhältnis, wobei zwei der Projektoren jeweils mit Optiken mit einem Projektionsverhältnis von 2.0-4.0 von Digital Projection und





die beiden anderen mit Optiken von 1.5-2.0 ausgerüstet waren. Der lampenfreie Laser-Phosphor-Projektor mit einer Helligkeit von 21.000 Lumen und einem Kontrastverhältnis von 10.000:1 verwendet die Colorboost+Red Laser-Technologie, um die realistischsten und sattesten Farben bei noch nie da gewesenen Lichtstärken zu ermöglichen. Mit einer derartigen Leistung und Präzision, zusammen mit der neuen, intelligenten Farbverarbeitung, kommt die Leistung dieser Projektoren sogar noch mehr an die Leistung eines 3-Chip-DLP-Projektors heran - und das bei einem Preis eines 1-Chip-Projektors.

Für die Verbindung der Projektoren mit den FOH-Türmen mit einem Medienserver des Typs Modulo Pi für die Steuerung der Inhalte des Projektionsmapping (kriert von Alexis Gabriot von Mageo Productions) wurde eine Glasfaserverkabelung verwendet. Die Tonanlage, bestehend aus vier Fohhn LX601, ist ebenfalls in die publikumsseitigen Türme integriert. Das gesamte System ist unter zwei ovalen Aluminiumtürmen verborgen, die auf jeder Seite des Schlosses stehen und durch eine Begrü-

nung überdeckt sind, mit einem Loch für die Bildprojektion; auf diese Weise sind sie zugleich unauffällig und sicher für das Publikum.

Ascanio de Vogüé, Geschäftsführer und Miteigentümer (mit seinen Brüdern Alexandre und Jean-Charles) des Schlosses Vaux-le-Vicomte, meint: „Eine audiovisuelle Projektion kann alte, historische Stätten bei richtiger Inszenierung neu beleben und sie für jüngere Generationen wieder lebendig machen. Wir strebten es an, eine Ausgewogenheit zu erreichen zwischen einem vergnüglichen Besuchererlebnis, während wir die Geschichte des Schlosses zugleich in Ehren halten wollen. Ich denke, die Projektion auf Vaux-le-Vicomte wird dem gerecht, nicht nur indem die Architektur des Gebäudes hervorgehoben wird, sondern auch indem seine Kultur und Vergangenheit gewürdigt wird. Das Schloss war, als es errichtet wurde, eine Stätte der Kunst, und diese Projektion ist aus unserer Sicht eine wahrhafte Würdigung seines ursprünglichen Zwecks.“

www.digitalprojection.com/emea/

smartScreen | by Kultour
Guide

**smart ist die nächste Generation
digitaler crowd control.**

smartScreen Guide coming soon!



smartscreen.de

USHER

Location: iHeart Radio Theater, LA
 Company: GLP
 Specification: Kürzlich fand die 10. Jubiläumsausgabe des iHeartRadio Music Festivals in Los Angeles statt. Unter den hochkarätigen Künstlern war auch Usher, der auf einer rot beleuchteten Bühne auftrat. Sowohl sein 20-minütiges Set als auch das allgemeine Festival-Lichttrigg im Theater waren mit GLP-Scheinwerfern bestückt, die von Volt Lites vor Ort geliefert und von LD Matt Ardine und Programmierer Mark Butts eingesetzt wurden. Ushers Designteam Eric Gorleski und John McGuire von der Kreativagentur Trask House zeigten sich abschließend sehr zufrieden.



BRITAIN'S GOT TALENT

Location: Hammersmith Apollo, London
 Company: Green Hippo/Cast
 Specification: Das Finale von Britain's Got Talent verwendete drei aktive Boreal+ und ein Karst+ wurden für das Hauptsystem verwendet. Ein Boreal+ speiste die LED-Anzeige auf der Hauptbühne und versorgte die LED-Screens des Herstellers Anna Valley mit 6K-Inhalten, während ein weiterer Boreal+ für Kamera-Overlay-Effekte und Live-Kameraaufnahmen eingesetzt wurde. Mehr als 1000 Live-Feeds wurden von Zuschauern auf eine LED-Wand hinter der Jury übertragen, durch den dritten Boreal+, eingespeist mit Daten von Happy Graphics über NDI.



MOUSE ON MARS

Location: Bewake Studios, Berlin
 Company: Meyer Sound
 Specification: Die Bewake Studios arbeiten als erstes Tonstudio mit einem Spacemap Go Mehrkanal-Monitoring-System. Auslöser für das neue Tool für Spatial Sound Design und Mixing von Meyer Sound sind Jan Werner und Andi Toma alias Mouse On Mars. Das Meyer Sound Lautsprechersystem besteht aus 14 UP-4slim self-powered Lautsprechern, die von zwei kompakten, leistungsstarken USW-210P Subwoofern unterstützt werden. Das Spatial Mixing läuft über zwei Galileo Galaxy 816 Prozessoren in Verbindung mit der kostenlosen Spacemap Go App für das iPad.



LANDESPARTEITAG

Location: Im Wizemann, Stuttgart
 Company: Orange Productions
 Specification: Hybrid statt live fand der SPD-Landesparteitag in Stuttgart mit 420 Teilnehmern statt. Orange Productions DG zeichnete sich verantwortlich für die technische und logistische Planung und Umsetzung des Live-streams der Veranstaltung, die auf zwei Plattformen stattfand. Zu den Herausforderungen zählte auch die Umsetzung der 48 Abstimmungen in Echtzeit. Als Lösung für die Sicherheit der Abstimmungen gab es eine nur einmalige Anmeldung im Vorfeld durch die zuvor erhaltenen und generierten persönlichen Identifikationsnummern.



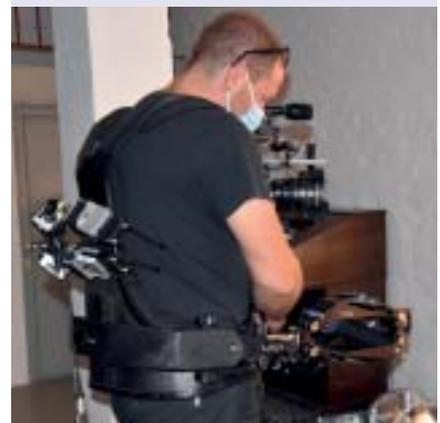
BACK TO LIVE

Location: Waldbühne, Berlin
 Company: Robe
 Specification: Zur Umsetzung der „Back to Live“-Konzerte wurde Full-Service-Dienstleister TSE AG von CTS Eventim beauftragt, für die Produktion ein flexibles Licht- und Video-Rigg im Festival-Stil mit visuellem Design zu liefern. Die Beleuchtung dafür wurde von Ronny Rud Reinhold, Projektleiter von TSE, spezifiziert und umfasste unter anderem Robe BMFL Wash Beam, Mega Pointe und Spiider Moving Lights. Jeweils 5000 Zuschauer waren zugelassen. Die Platzierung der Scheinwerfer im Rigg wurde von Klaus Graewert, TSE, koordiniert.



GOOSE CD-MIX

Location: Studio
 Company: Sennheiser
 Specification: Die belgische Synth-Rock-Band Goose arbeitet kürzlich mit Sennheiser und der Music Research Expertise Unit der belgischen PXL University of Applied Sciences and Arts zusammen, um einen außergewöhnlichen binauralen Mix des Titeltracks ihres 2. Albums zu produzieren – als Antwort auf all die Streaming-Shows. „Wir lehnen Streaming in schlechter Video- und Audioqualität ab. Darum also eine Live-Aufnahme mit immersivem Sound, in einer einzigen Einstellung aufgezeichnet“, erläutert die Band ihr Vorgehen.



A-Serie



Keine voreiligen Schlüsse.

Ziemlich zügig zeigt die A-Serie ihre überraschende Vielfarbigkeit. Variable Abstrahloptionen. Intelligente akustische Kontrolle. Erweiterte Flexibilität. Noch weniger Kompromisse.

Beschallungspräzision. Aus einem ganz neuen Winkel. dbaudio.com/A-Serie

More art. Less noise.

d&b
audiotechnik 



RS No. 9 Carnaby

Kürzlich öffnen die Rolling Stones die Türen zu ihrem weltweit ersten Flagshipstore „RS No. 9 Carnaby“ im Herzen des Londoner Stadtteils Soho, in der Carnaby Street 9.

Der in Partnerschaft mit Bravado konzipierte Laden ist eine exklusive Mischung aus Kollektionen und Kollaborationen für Fans aller Altersgruppen. Besucher können in einer äußerst zeitgemäßen rot-schwarzen Ladenumgebung das vielfältige Produktangebot erkunden und gleichzeitig die Tracks der größten Rock'n'Roll-Band der Welt hören.

Es ist eine mutige Entscheidung, zu diesem Zeitpunkt eine dauerhafte Verkaufsfläche in London einzurichten, aber RS No. 9 Carnaby Street wird dem Musiktourismus der Hauptstadt langfristig zum Aufschwung verhelfen. Eine der bekanntesten britischen Musikmarken und -bands aller Zeiten steht schließlich hinter

der Markteinführung dieses beispiellosen Erlebnisses in Londons historischer Carnaby Street in Soho, seit den sechziger Jahren ein Synonym für britische Musikkultur.

Die Rolling Stones haben die 2020er Deluxe-Version ihres historischen „Goat's Head Soup“-Albums erneut veröffentlicht, das diese Woche erscheint und 47 Jahre nach seiner ersten Veröffentlichung höchstwahrscheinlich die britischen Albumcharts toppen wird.

Rolling Stones-Fans, die den Laden nicht persönlich besuchen können, haben die Möglichkeit, ihn über einen maßgeschneiderten Online-Shop zu erleben:

<https://no9carnaby.st.rollingstones.com>



etnow! #96

24. Jahrgang
Das Entertainment Technology
Magazin erscheint achtmal jährlich
(4 Ausgaben Print, 4 Ausgaben digital)

Herausgeber

kwie.medien
Fichtestraße 18 · 30625 Hannover
Telefon: (05 11) 55 40 48 · Fax 55 40 40
Mail: redaktion@etnow.de

Chefredakteur

Stephan Kwiecinski (v.i.S.d.P.)
stephan@entertainment-technology.org

Redaktion

Julia F. Kwiecinski
Jens Michow (BDKV)
Gunter Matejka
Florian von Hofen

Fotos

Ralph Larmann
Stephan Kwiecinski
Louise Stickland

Matt Ardine (Usher), Arabella Arthur (Step 2 Future), Artis Studios (Jon Rhodes), Denniz Attila (Step 2 Future), Gawen P. Bennewitz (Step 2 Future), Sacha Blokland (Goose), Marc Brunkhardt (Purple Schulz), Martin Diesch (Ohne Kunst & Kultur wirds still), Matthias Fürstenberg, NDR (Landesfunkhaus), Claude Germain (Vaux-le-Vicomte), Michael Ginzburg (Sennheiser-Polarstern), Karoline Glasow (Siegfried Föbel), Eric Gorleski, Traskhouse (Usher), Gorodenkoff (Philips), Steffen Graupner (Sennheiser-Polarstern), Lech Graziella, Supergraz (Vaux-le-Vicomte), Sebastian Greuner (Back To Life), Lisa Grosfeld (Sennheiser-Polarstern), Russ Grubiak (Britain's Got Talent), Michael Gutsche (Sennheiser-Polarstern), Andreas Hauch (Europark), Stefan Hendricks (Sennheiser-Polarstern), Thomas Holz (Purple Schulz), Tim Hoppe (Better Now Studios), Mario Hoppmann (Sennheiser-Polarstern), Esther Horvath (Sennheiser-Polarstern), Elliot Jacobs (Rolling Stones Shop), Mathias Kutt (Prolight + Sound), Eric L'Herminier (Vaux-le-Vicomte), Rebecca Liebst (Sennheiser), Nicoleta Lungu (Sennheiser), Marcel Nicolaus (Sennheiser-Polarstern), Lianna Nixon (Sennheiser-Polarstern), Valentin Paster (Mouse On Mars), Peshkov (LG LED-Tür), Daniel Reinhardt (Carsten Brosda), Jan Rohde (Sennheiser-Polarstern), Timm Schamberger (Henning Könicke), Markus Schwalenberg (Holtmann), Ingo Schwarze, NDR (Landesfunkhaus), Christoph Söder (Willem Müller), Oliver Wachenfeld (Holtmann), Katharina Weiss-Tuider (Sennheiser-Polarstern), Stefan Wieland (Frederik Nimmesgern)

Art Director

Stephan Kwiecinski
stephan@entertainment-technology.org

Anzeigen & Koordination

Claudia Kwiecinski
claudia@entertainment-technology.org

Druck

Strube, Felsberg

www.etnow.de

free digital edition
out now!



www.etnow.de



DIE NEUE NYX BULB



IP44



Wireless DMX



App

- ▶ 10 Watt
- ▶ 750lm (@4000k)
- ▶ Full Color RGBMintAmber
- ▶ CRMX/Wireless DMX



Einstellbare Farbtemperatur
in einem Bereich von 1,750K bis 20,000K



Exzellente Farbwiedergabe
TLCI ≥ 96 , CRI Ra ≥ 96 , CRI Re ≥ 90
von 3,200K bis 6,500K



Exakte Farben
Exakte CCT-, RGB- und HSI-Werte anzeigen oder Standard-Farben darstellen



Stromversorgung über E27 Gewinde oder externen Akku
(StandardPowerbank oder NYX PowerStation)

Optional erhältlich
externer Akku und Steuerung in einem

PowerStation für NYX
Verwenden Sie sie als externen Akku, um Ihre NYX mit Strom zu versorgen oder als externe Steuerung zur Programmierung Ihrer NYX.



Vertrieben durch:
Kaiser Showtechnik GmbH
Steinerne Furt 88 | 86167 Augsburg | 0821 - 48 04 08-71 | astera@kaiser-sales.de

www.kaiser-sales.de