

ENTERTAINMENT TECHNOLOGY

NOW!

digital edition #1801





***Du brauchst Ferraris,
dann brauchst du
Garagen für die Ferraris,
dann brauchst du
Personal, das die
Garagen mit den
Ferraris überwacht.
Was soll das?***



DAVID GILMOUR
(PINK FLOYD)



Stephan
Kwiecinski

Chefredakteur

Crowdfunding

Mit viel Hilfe und noch mehr Herzblut liegt sie vor: die 1. Digi-Ausgabe von ET.Now.

„ET.Now“ steht kurz für „Entertainment Technology Now“. Gestartet haben wir das Ganze als Crowdfunding-Projekt. Die Idee: Für kleines Geld möglichst viele Firmen unserer Branche zu begeistern, ein im Wechsel zu dem von uns seit mehr als 25 Jahren gedruckten Magazin erscheinendes E-Book zu unterstützen.

Dies soll mehr und vor allen Dingen ausführlichere Inhalte bieten, als es aufgrund der hohen Produktions- und Versandkosten im Printbereich möglich ist. Und: Im gewählten Format „PDF“ sollen keine Links, Inhalte oder sonstige „Spieleereien“ versteckt sein, „Lesen, Lernen & Unterhalten“ ist unser inhaltlicher Ansatz. Zumindest auf jedem Tablet muss das „Digimag“ ohne großartige Finger-Verrenkungen lesbar sein.

Ganz ehrlich: Ich hätte niemals mit so viel Zuspruch gerechnet. Die vorliegende Ausgabe 1801 ist demnach auch sehr umfangreich geworden – und belastet trotz intensiver Rechenkünste die ein oder andere Mailbox. Ich hoffe, die vielen von uns zusammengetragenen Geschichten entschädigen dafür.

Jetzt brauchen wir ein ehrliches Feedback. Und damit es leichter fällt, sich dazu aufzuraffen, verlosen wir unter allen Rückmeldern ein paar nette „Gimmicks“: Im Angebot haben wir einige LED-Leuchten von Ape Labs, das von uns getestete Gerät „Mini Audiolab“ von Optogate und als Hauptpreis einen Tourhazer II der Firma Smoke Factory. Wer sich meldet, kann gewinnen. Wir warten gespannt. Bis dahin viel Spaß beim Lesen,

Stephan Kwiecinski



**Besuch der
Prolight + Sound
in Frankfurt**



**Keine Verant-
wortung auf
Veranstaltungen
übernehmen**

**DIE MEI
STEN NA**

etnow!

**CHRICHT
EN HABE
N WIR !!**

WWW.ETNOW.DE



1801

Der Titel zeigt Lady Gaga auf ihrer „Joanne“ World Tour. Bericht in dieser Ausgabe.

- 03 EDITORIAL
STEPHAN KWIECINSKI
- 12 LIVE GALLERIES
- 19 INTERVIEW
HERMANN-JOSEF WEIEN
- 41 BUSINESS
- 63 AGENTUREN
- 71 SERIE
GUIDO GUTENSTEIN: PINKPAPER
- 79 VERBÄNDE
- 89 PEOPLE
- 97 PORTRAIT
JOCHEN SCHWEIZER
- 101 EQUIPMENT
- 128 SERIE
6 FRAGEN AN ROSI MARX (ETC)
- 131 FOOD & NON-FOOD CATERING
- 145 INSTALLATIONEN
- 151 AV-MEDIEN-TECHNIK
- 155 TV-BROADCAST
- 161 VERANSTALTER
- 169 MESSEN & EVENTS
ISE / SHOWLIGHT / BEST OF EVENTS / ...
- 186 SERIE
HANSI HOFFMANN / BOB DYLAN
- 189 RENTAL
- 214 SERIE
CHRIS CUHLS / DIE 7 FRAGEN...
- 216 LAST BUT NOT LEAST
- 218 IMPRESSUM

TERMINE

Oh Yeah!

Popmusik ist überall und jeder hört sie - ob ganz bewusst oder nur nebenbei. Wir verbinden Erinnerungen mit ihr, sowohl individuelle als auch kollektive. Welches sind die Ohrwürmer, Moden und vergessenen Hits der jeweiligen Jahrzehnte? Wie haben Popmusik und gesellschaftliches Leben sich gegenseitig beeinflusst? Welche Stile prägten die Musik zu unterschiedlichen Zeiten in Ost und West? Mit diesen Fragen beschäftigt sich noch bis 16. September 2018 die neue Sonderausstellung „Oh Yeah! Popmusik in Deutschland“ im Museum für Kommunikation Berlin. Neben unvergessenen Hits beleuchtet die Schau auch Kurioses und Vergessenes der Popgeschichte. Herzstück der Ausstellung ist die Main Road. Sie präsentiert den kulturellen Background der jeweiligen Popmusik-Epochen. Die Sound Lounge lädt zum Hören und Relaxen ein. Im Backstagebereich leben beim Anblick von Plakaten, Platten- und CD-Covern Erinnerungen wieder auf.

FAMAB Summit

Am 18. Juni 2018 findet die zweite Auflage des FAMAB-Sustainability Summit im Kongresszentrum der Dortmunder Westfalenhallen statt. Zahlreiche hochkarätige Referenten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und Politik konnten bereits für den Nachhaltigkeitskongress der Live-Kommunikationsbranche gewonnen werden. Mit dabei sind unter anderem Vertreter von Caparol

(DAW-Gruppe), Dr. Jutta Graf, Leitung Nachhaltigkeit / Wissenschaftliche Information vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Dennis Winkler, Leiter des UNFCCC-Nachhaltigkeitsteams für die Organisation von Klimakonferenzen sowie Stefan Schulze-Hausmann, Initiator des Deutschen Nachhaltigkeitspreises.

#LifelsStereo



HK Audio startet den Online-Wettbewerb „Life Is Stereo“, der die Faszination rund um das Thema Stereo in den Fokus stellt. Der Wettbewerb, der unter dem Hashtag #LifelsStereo firmiert, läuft bis einschließlich 30. April 2018. Alle Musiker sind aufgerufen, ihren Vorstellungen freien Lauf zu lassen und das kreativste Bild einzusenden, das sie sich zu diesem Thema vorstellen können. Zu gewinnen gibt es ein einmaliges, custom-made Lucas 2K15 System in der Farbe weiß, ein Lucas Nano 608i Stereo System und ein Lucas Nano 305 FX Stereo System.

Stadt Land Schluss?

Unter dem Titel „Stadt - Land - Schluss? Gastspieltheater und seine Kommunen“ findet am 7. und 8. Mai 2018 die INTHEGA-Jahrestagung 2018 in Schwäbisch Gmünd statt. Vor-

träge und Diskussionen zu aktuellen Themen aus dem Bereich der aktuellen kulturpolitischen und gesellschaftlichen Entwicklung stehen im Mittelpunkt. Als Haupt-Referent konnten die Veranstalter Prof. Dr. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. und Professor für Kulturpolitik und kulturelle Infrastruktur) gewinnen. Der nächste INTHEGA-Theatermarkt findet am 15./16. Oktober in Bielefeld statt.

Schulungstermine

Der neue PT-RZ21K Projektor aus dem Hause Panasonic ist bereits seit Ende 2017 als Laser Phosphor-Nachfolger des PT-DZ21Ks erhältlich. Im Zuge dieser Markteinführung hat die Lang Academy ihre Panasonic 3 Chip DLP Projektor-Schulung im Schulungsprogramm erweitert und behandelt innerhalb eines 2-tägigen Seminars ebenfalls den Newcomer. Neben Aufbau und Inbetriebnahme der Panasonic-Projektoren steht hier vor allem die Kompatibilitätsmöglichkeit mit dem auf UHP Lampen basierenden PT-DZ21K im Fokus. Alle aktuellen Schulungstermine sind online verfügbar.

Laserschutzbeauftragter

Laserworld hat die neuen Termine für Laserschutzseminare veröffentlicht: An diversen Standorten finden die Laserschutz-Kurse nach OStrV, TROS und DGUV 11 statt. Beginn: ab 25.04. Mehr unter: www.laserschutzseminar.de

prolight+sound

Tuesday – Friday

10. – 13. 4. 2018

prolight-sound.com

Let's master it.

Stay social and follow us!



facebook.com/prolightsoundfrankfurt



twitter.com/pls_frankfurt



instagram.com/pls_frankfurt



messe frankfurt

FMX 2018

Visuelle Effekte sind überall, sind sie doch heutzutage ein fester Bestandteil von fast jedem Film oder jeder Fernsehserie. Die FMX 2018 rückt vom 24. bis 27. April im Stuttgarter Haus der Wirtschaft den Schaffensprozess einiger der aktuellsten VFX-Produktionen ins Rampenlicht, so etwa von Marvels neuestem Kinoerfolg Black Panther, des oscar-nominierten Blade Runner 2049 und der Serie Star Trek: Discovery. Außerdem präsentieren die Technologiekonzerne Google und Apple ihre aktuellen Entwicklungen zum Thema Augmented Reality. Biber Brunos neues Abenteuer in der neuesten Episode der FMX 2018-Trailerreihe Behind the Beard wird buchstäblich bewegend.

Luminale vs SGM

Die Luminale in Frankfurt ist das begleitende Licht-Festival zur Light & Building, der weltweit wichtigsten Messe rund um das Thema Architektur-Licht, die vom 18. bis 23. März 2018 in Frankfurt stattfindet. In diesem Jahr hat Gunter Hecker das denkmalgeschützte Juniorhaus mit einer besonderen Lichtinstallation ausgestattet und verwendet dafür über 130 Lampen von SGM, einem der offiziellen Partner der Luminale.

Gunther Hecker ist einer der renommiertesten Bühnen- und Lichtdesigner Europas. Zu seinen Arbeiten zählen die Illumination der Commerzbank Frankfurt in Zusammenarbeit mit Thomas Emde, das Lichtdesign für die Sky Arena zur



Fußball-WM 2006 sowie zahlreiche Bühnenshows für Künstler wie Herbert Grönemeyer, Die Fantastischen Vier oder Xavier Naidoo.

Musikmesse Insider

Qualifizierte Händler für Musikinstrumente, -equipment und Noten haben ab sofort die Möglichkeit, sich für das Vorzugsprogramm „Musikmesse Insider“ anzumelden. Registrierte Teilnehmer profitieren von freiem Eintritt an allen Messtagen der kommenden Musikmesse in Frankfurt (11. bis 14. April 2018), Betreuung vor Ort, kostenlosem Garderobenservice und neuen Services wie Messeführungen zu ausgewählten Ausstellern. Sie werden am Begrüßungs-Counter in Halle 11.1 empfangen und er-

halten dort ihre persönliche Insider-Bag mit Verzehrgutscheinen, Informationen zur Messe und weiteren nützlichen Extras. Darüber hinaus können sie am Business-Matchmaking-Programm teilnehmen, das sie mit für sie besonders relevanten Ausstellern zusammenbringt.

PCIM Europe 2018

Die PCIM Europe Konferenz ist seit über 35 Jahren ein wichtiger Termin für die Leistungselektronik-Branche. Bei der international ausgerichteten Veranstaltung werden vom 05.-07.06.2018 in Nürnberg aktuelle Forschungsergebnisse und Trendthemen in Erstveröffentlichung von einem internationalen Line-Up an Experten aus Industrie und Wissenschaft präsentiert. Die PCIM Europe Konferenz beantwortet sämtliche Fragen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Leistungselektronik mit Themen wie Energiespeicherung, Neuentwicklungen bei Leistungshalbleitern, passiven Bauelementen, Produkten zur Wärmebeherrschung sowie Sensoren und neuen Materialien. Seit Februar haben Interessenten die Möglichkeit, sich für eine Teilnahme anzumelden und ihr persönliches Programm aus über 300 Vortrags- und Posterpräsentationen zusammenzustellen.

Auf der parallel stattfindenden Fachmesse können sich Teilnehmer miteinander vernetzen, bestehende Kontakte pflegen und sich mit über 450 Ausstellern anhand von Produkten über Entwicklungen und Anwendungen austauschen.

for perfect education



LANG ACADEMY
Schlossenstr. 6
51789 Lindlar
GERMANY



www.lang-academy.com



info@lang-academy.com



+49 (0) 2266 4764-0



LANG
ACADEMY

TERMINE

Simplylive

Qvest Media und Simplylive veranstalten zum Auftakt ihrer Simplylive-Roadshow in diesem Jahr ein Kartrennen in Köln. Mit einem umfangreichen Line-up des Herstellers wird das Renngeschehen als realitätsnahe Live-Sportproduktion eingefangen. Die All-in-one-Lösungen von Simplylive und Features wie Replay, Slomo, Highlight-Editing, Live-Streaming können Teilnehmer live erleben und vor Ort selbst an einem Demo-System testen. Köln bildet am 21. März 2018 den Auftakt zu einer Roadshow, die über München, Zürich, Nordeuropa und Madrid bis nach Dubai führen wird.

Coffee to Know

Brötchen, Kaffee und dazu technisches Know-how, Tipps und kurzweilige Gespräche in lockerer Runde: das ist Coffee to Know - das Technik-Frühstück bei Videlco. Die nächsten Termine und Themen sind Mittwoch, der 21. März 2018 zum Thema: „Business Collaboration, Technischer Dialog und vernetzte Kommunikation im Unternehmen“ sowie Mittwoch, der 25. April 2018 mit dem Thema: „HDBaseT war gestern: 4K-over-IP, IT für Medientechniker, IT in vernetzten AV-Systemen“, jeweils 9:00 bis 12:00 Uhr im VCC Videlco Competence Center, Lise-Meitner-Straße 6, 40878 Ratingen

VPLT JHV

Die VPLT Jahreshauptversammlung wird am Donnerstag, den 17.05.2018 im Hannover

Congress Centrum stattfinden. Keynote Speaker ist Michael Pospiech zu dem Thema: Vergleich der DPVT Zertifizierung und der ISO 9001:2015. Michael Pospiech studierte an der Universität Wuppertal Sicherheitstechnik und Qualitätsingenieurwesen und hat außerdem diverse Weiterbildungen im Bereich Arbeitssicherheit und Managementsysteme absolviert (z.B. DGQ-Qualitätsbeauftragter und interner Auditor, Fachkraft für Arbeitssicherheit). Zurzeit promoviert er am Fachbereich für Sicherheits- und Qualitätsrecht bei Prof. Pieper an der Universität Wuppertal, Fakultät für Maschinenbau und Sicherheitstechnik zum Thema: „Managementsystem (normen) und deren Auswirkungen auf Organisationen.“

10er Seminare

Im Mai 2018 finden weitere Seminare von Markus Zehner zu den Themen „Einmessen von Beschallungsanlagen“ und „Bass total - das grosse Subwoofer-Seminar“ statt. Das 2-Tages-Seminar „Einmessen von Beschallungsanlagen“ bietet einen Überblick über professionelle Messtechnik im Beschallungsbereich. Von Pegelmessungen über System-Optimierungen bis hin zum Thema Time Alignment und System-Einmessung, werden alle Aspekte anschaulich anhand von Praxisbeispielen erläutert. Die Teilnehmer können dabei die Messungen auf dem eigenen Rechner mitmachen und so 1:1 nachvollziehen. Termine sind am 15./16.5.2018 in Köln, am 23./24.5.2018 in Lohr (Main)

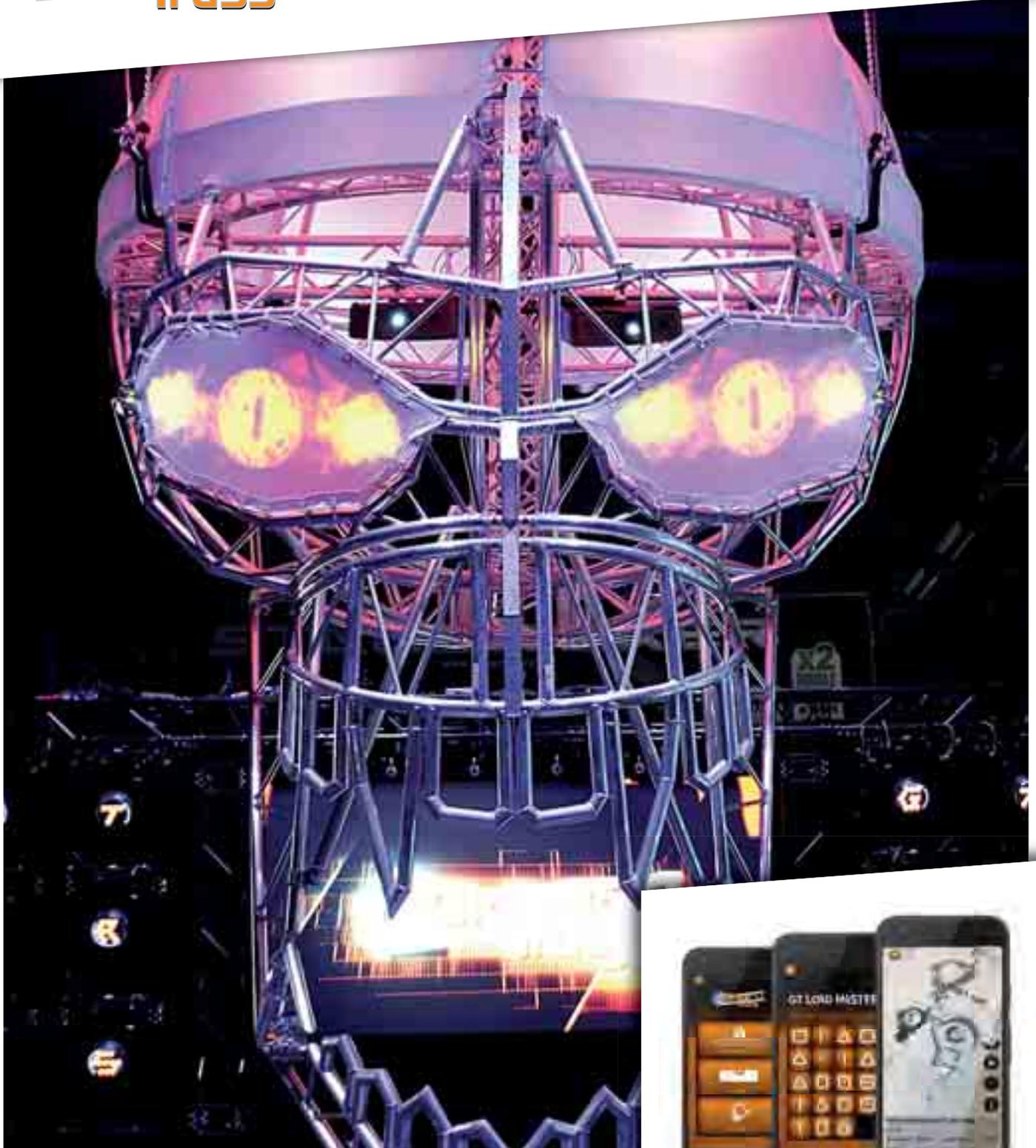
und am 28.5./29.5.2018 in Hettenleidelheim (Pfalz). „Bass total - das grosse Subwoofer-Seminar“ vermittelt innerhalb von einem Tag geballtes Wissen zur Platzierung, Optimierung und Einmessung von Subwoofer-Arrays. Neben theoretischen Grundlagen, werden die verschiedenen Systeme in der Praxis aufgebaut, eingemessen, angehört und diskutiert, damit man nach diesem einen kompakten Tag wirklich weiß, was Sache ist. Termine sind der 17.5.2018 (Köln), der 25.5.2018 (Lohr/Main) und der 30.5.2018 (Hettenleidelheim/Pfalz).

Vivid Grand Show

Die avantgardistischen Entwürfe von Philip Treacy, laut The Times dem „berühmtesten Hutmacher der Welt“, schmücken die prominentesten Köpfe. Zwölf Millionen Euro investiert der Berliner Friedrichstadt-Palast in diesen gigantischen Farbenrausch – so viel wie nie zuvor.

Die Kreativen der neuen Grand Show arbeiten über fünf Zeitzonen und sitzen in 15 Städten: Belgrad, Berlin, Budapest, Düsseldorf, Hannover, Las Vegas, London, Los Angeles, Melbourne, Montreal, New York, Paris, Portland, Rom und Stockholm. Im Spätsommer kommen alle zu den Endproben in Berlin zusammen.

Hier ein Blick in die Liste der Verantwortlichen: Design Director: Philip Treacy; Kostümdesign: Stefano Canulli; Intendant und Produzent Dr. Berndt Schmidt; Artistic Director: Krista Monson; Bühnenbild: Michael Cotten.



NEW UPDATE

TOOLBOX APP

Downlade die Global Truss Toolbox für iOS oder Android. Entdecke die neue Benutzeroberfläche sowie die Belastungstabellen aller Systeme. Mit unserer neuen Augmented Reality Funktion und unserem aktuellen Couplerkatalog kannst Du dir alle Coupler auf deinem Handy anschauen — in 3D.



GLOBAL TRUSS GMBH

+49 7248 94790 60 / info@GlobalTruss.de

 /GlobalTruss

NOW!

GALLERIES



Ralph Larmann
Aerosmith 2017

Wissenschaft trifft auf Kunst.

d&b Soundscape ist ein reich gefüllter Werkzeugkasten für Toningenieure wie Audioexperten. Entwickelt, um die Verbindung zwischen Publikum und Künstler noch intensiver zu gestalten. Und um die Tür zu völlig neue Erlebniswelten weit zu öffnen.

Die d&b Soundscape Module En-Scene und En-Space werden von der DS100 Signal Engine gesteuert. Dieser revolutionäre Audioprozessor macht es möglich, jeden Raum nach präzisen akustischen Vorgaben zu modellieren. Bis zu 64 Klangobjekte lassen sich mit diesen Modulen objektbasiert mischen und positionieren. Um unverfälschte Klanglandschaften entstehen zu lassen.

dbsoundscape.com



d&b Soundscape.

d&b
audiotechnik 

NOW!

GALLERIES



Louise Stickland

Depeche Mode 2017

Get ready for entertainment.

LTT[®]

INDIVIDUELLE BÜHNENDACHSYSTEME

Die LTT Group bietet Ihnen für jede Anwendung das passende Bühnendachsystem. Wahlweise stehen dabei die Traversenmodelle Naxpro-Truss, Litetruss und Multi-Truss als hochwertige Konstruktionsgrundlage zur Verfügung, mit deren Hilfe Bühnendächer in unzähligen Formen und Größen realisiert werden können. Von der kleinen Stadtfest-Bühne bis hin zur spektakulären Festival-Stage – bei LTT finden Sie immer die passende Lösung!

Durch die enge Zusammenarbeit von Planungsbüro und Montageteam können wir eine termingerechte und reibungslose Montage Ihrer bei LTT erworbenen Produkte garantieren. Dabei bieten wir als Full-Service-Partner im Bereich der Veranstaltungstechnik neben den unterschiedlichsten Traversensystemen ein breites Spektrum an Zubehör: **Riggatec**[®]-Rigging-Equipment für eine intelligente Bühnentechnik und **Bullstage**[®]-Bühnenpodeste für kraftvolle Podestkonstruktionen.

So wird Ihre Bühne garantiert zu einem Highlight.

LTT Group

- ✓ Persönliche Beratung
- ✓ Planungsbüro
- ✓ Montageteam
- ✓ Sonderanfertigungen

**LIVE ON
STAGE!**

MIT DEN BÜHNENDÄCHERN
VON LTT.

10.-13. April 2018
prolight+sound
Halle 3.0, Stand G17



Öffnungszeiten: Mo.-Fr.: 08:00 - 17:00 Uhr
Sa.: 10:00 - 14:00 Uhr

Hauptsitz:

LTT Group GmbH
Ferdinand-Braun-Str. 19
46399 Bocholt, Deutschland

Verkauf, Beratung & Showroom:

Telefon: +49 (0) 2871 / 23 47 79 -0
Fax: +49 (0) 2871 / 23 47 79 -999
E-Mail: info@LTT-Group.de



Inspilight



LTT-Group.de

NOW!

GALLERIES



Hywel N. Williams

James Arthur 2018

musikmesse

Wednesday – Saturday

11 – 14. 4. 2018

musikmesse.com



It's my tune.

Stay social and follow us!



facebook.com/musikmesse



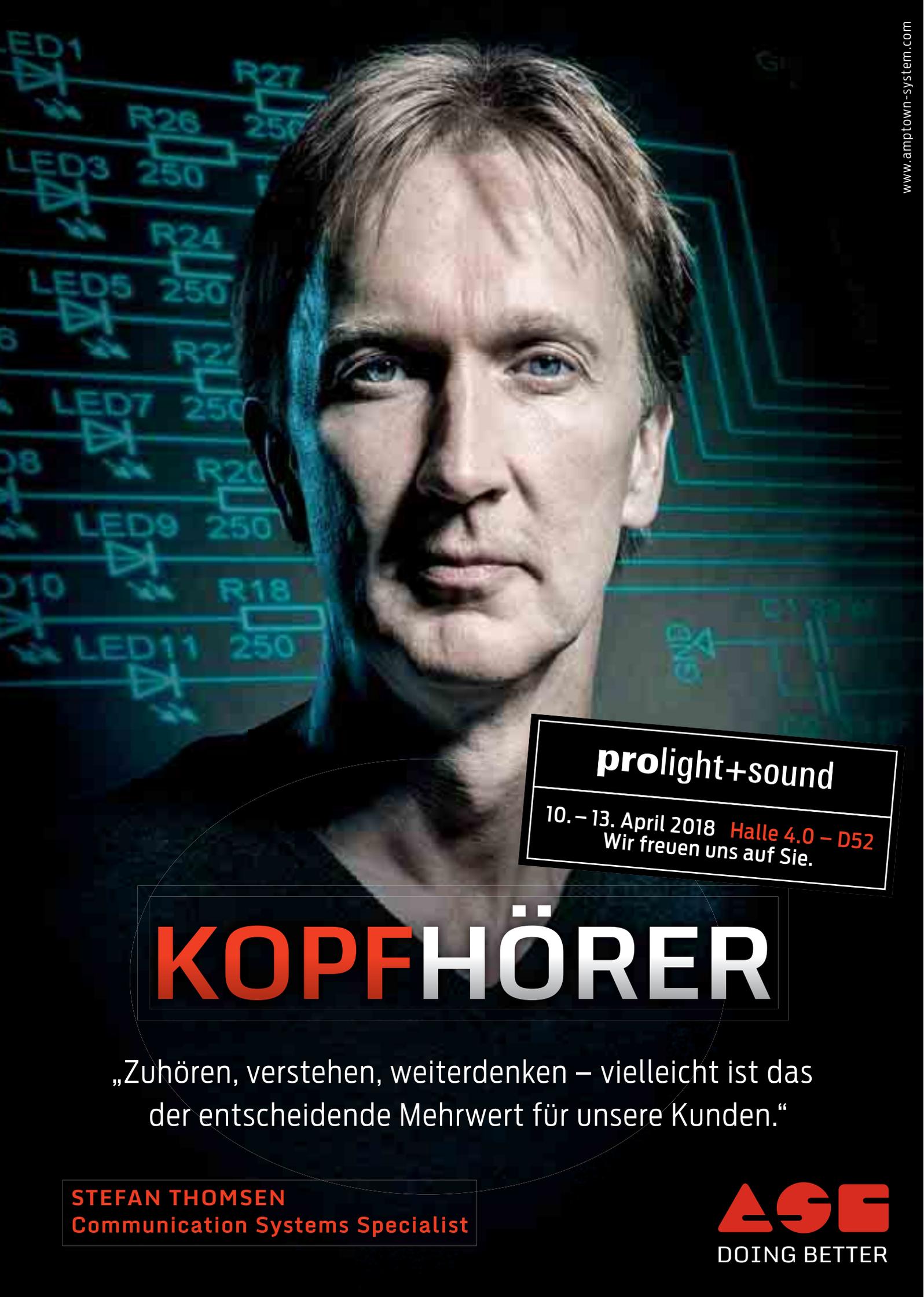
twitter.com/musikmesse



instagram.com/musikmesse



messe frankfurt



prolight+sound

10. – 13. April 2018 **Halle 4.0 – D52**
Wir freuen uns auf Sie.

KOPFHÖRER

„Zuhören, verstehen, weiterdenken – vielleicht ist das der entscheidende Mehrwert für unsere Kunden.“

STEFAN THOMSEN
Communication Systems Specialist

ASE
DOING BETTER

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände



DER SICHERHEITS- EXPERTE

Hermann-Josef Weien ist in der Entertainment Technology kein Unbekannter. Die meisten kennen „HJW“ als Dozenten und/oder Sachverständigen.
Ein ausführliches Gespräch.

„Unser Job ist es,
den Sandkasten
zu bauen.
Der Kunde muss
nur noch
die Förmchen
mitbringen.“

Hermann-Josef Weien liebt den bildhaften Vergleich

INTERVIEW

Den Namen Hermann-Josef Weien liest und hört man oft in der Szene, aber selten etwas über den Werdegang...

Ich komme aus Duisburg, bin dort geboren, wo früher noch die Stahlhochburg war. 1990 bin ich auf die linke Rheinseite gezogen und wohne seitdem dort mit meiner Frau und meinen zwei Töchtern. Die Frage „Wie bin ich in die Branche gekommen?“ kann ich wie viele andere auch mit einem „Ich habe nie etwas gelernt“ beantworten. Ich habe nach dem Abitur sofort mit Beschallung angefangen. Wobei der heute etwas hochtrabende Begriff „Beschallung“ früher etwas anders aussah. Da ich selbst aktiver Musiker war, habe ich irgendwann angefangen, lokale Bands zu betreuen, wobei ich nicht der klassische Rock'n'Roller war:

Ich habe eine klassische Ausbildung als Fagottist, außerdem habe ich klassisches Schlagwerk (nach Noten) an der Hochschule studiert. In erster Linie habe ich damals allerdings Elektrotechnik studiert. Zu diesem Zeitpunkt hatte ich noch keine Ahnung von Veranstaltungstechnik. Es ging mir wie vielen anderen auch: Alle Dinge musste man sich selbst erarbeiten, learning by doing, mit vielen Fehlern und noch mehr Lernprozessen, um sich zu verbessern.

Ich habe das in meinen jungen Jahren allerdings gar nicht so wahrgenommen, das war eher ein Prozess, der im Hintergrund lief. Irgendwann habe ich dann mit mehreren Freunden ein Unternehmen gegründet. Wir wollten das, was wir bereits die ganze Zeit über getan hatten, professionell betreiben, also vom Hobby-Verleiher zum Profi-Vermieter. Das war der Grundstein unseres heutigen Unternehmens „Project & Production“. Mein Partner war und ist Wolfgang Nickisch, selbst bei Krupp ausgebildeter Feinmechaniker. Wir ergänzen uns perfekt.

Wie ging es dann weiter?

Jeder, der die Chance hatte, machte zu der Zeit sein Hobby zum Beruf. Bei mir waren es meine Eltern, die mich gewähren ließen: „Junge, mach', was Dir Spaß macht. Aber: Mach' es richtig!“ - das werde ich nie vergessen. Denn eins gilt auch heute noch: Wenn Du von einer Sache nicht überzeugt bist, dann kannst du sie

auch nicht gut. Ein weiterer Punkt war, dass man sich seinerzeit über die vorhandene oder zur Verfügung stehende Technik identifiziert hat, frei nach dem Motto: Wer das tollste Pult hatte, war der Tollste. Diese Einstellung hat manches Mal den Blick auf eine professionelle Arbeitsweise etwas verstellt.

Wir haben uns dann relativ schnell zu einem Full-Service-Dienstleister mit allen Gewerken entwickelt. Man sagte uns sogar nach, dass wir recht innovativ waren.

Wir hatten eben nicht nur Beleuchtung, Beschallung, Rigging, Bühnenbau und Elektrotechnik, sondern auch eine Dekorationsbauabteilung, ein Setbau-Lager, eine Abteilung für Künstlerprogramm, eine Abteilung für Eventabwicklung – also das, was man heute „Hospitality für den Kunden“ nennt.

Zuerst hießen wir „Audio Vision Show und Licht“, daraus wurde „AV Showdesign“ und schließlich „Vega Medien“. Doch die damaligen Vorstände wollten zuviel auf einmal. Diese Fehleinschätzung führte 2001 zur Insolvenz.

War damit das Kapitel „Vermietung & Co“ beendet?

Wolfgang und ich haben nach längerer Überlegung entschieden, dass wir gemeinsam weitermachen wollen. Eine unserer Erkenntnisse war, dass am Markt zwar ausreichend Material zur Verfügung steht, aber die technischen Zyklen im Lauf der Jahre immer kürzer geworden sind.

Insofern war man gehalten, sich Finanzierungsmöglichkeiten zu überlegen, um in der Lage zu sein, immer aktuelle Technik anbieten zu können. Denn Show-Designer waren schon immer geneigt, das Neueste an Technik in ihren Ausschreibungen zu fordern. Das ist für einen Vermieter aus kaufmännischer Sicht schwierig und risikobehaftet.

Diese Entwicklung ist auch der Grund dafür, dass relativ große Unternehmen entstanden sind, deren Kerngeschäft ausschließlich aus „Dry Hire“, also der Lieferung von Hardware besteht.

Also haben wir überlegt: Was sind unsere Stärken, was ist Ballast. Ballast war das Material. Wenn Du Material hast, musst du dir Gedanken



INTERVIEW

machen über die Lagerung, den Transport, den Service, die Folgekosten. Unsere Stärken war unser Know-How, bei Wolfgang im CAD Operating, bei mir in der Produktion.

So haben wir im September 2001 „Project & Production“ gegründet – mit der Unterzeile: „Dienstleister der Veranstaltungswirtschaft“, um klar zu machen, dass wir für alle Dienstleister aus der Veranstaltungswirtschaft tätig sein können. Vom Endkunden über die Produktionsfirma bis hin zu Behörden können wir heute alle Anforderungen bedienen. Wir haben uns auch bewusst für die Rechtsform einer GbR entschieden, um zu zeigen, dass wir hinter dem Unternehmen stehen und dafür auch persönlich haften. Es landen auch alle Einnahmen in einem Topf. Für uns ist Geld auch eine Triebfeder, aber nicht die maßgebliche. Wir freuen uns über Aufträge, die spannend sind und uns herausfordern. Dabei arbeiten wir fast immer im Hintergrund, betreiben kein Marketing und bekommen unsere Aufträge auf Empfehlung.

Heute verstehen wir uns ein bisschen als Ingenieurbüro - auch wenn das von der Bezeichnung her nicht ganz korrekt ist. Wir arbeiten neutral und haben uns in langen Jahren das Vertrauen unserer Kunden erarbeitet. Es ist nicht so, dass wir zum Kunden kommen und Jubel bricht aus. Ich habe schon immer gesagt: Du kannst 100.000 Shows machen, bei denen nichts passiert – darüber redet kein Mensch. Du machst eine Show, bei der etwas passiert, und du bist unten durch. Es kann natürlich immer passieren, dass etwas schief geht. Aber dafür musst du gewappnet sein und Lösungen anbieten.

Die Arbeit findet also provisionsunabhängig statt?

Absolut: Es wird ausschließlich ein Vertrag zwischen dem Kunden und uns geschlossen. Der Kunde weiß im Vorhinein, was wir kosten. Wir erarbeiten mit dem Kunden zusammen ein Lastenheft und erstellen daraufhin ein Angebot. Dieses Lastenheft muss nicht vollständig sein.

Birgt das nicht die Gefahr, dass ein Kunde, der eine regelmäßig wiederkehrende Veranstaltung hat, euch einmal beauftragt und sich

danach an die Lieferanten wendet und sagt: „Alles wie beim letzten Mal.“?

Natürlich, die Gefahr besteht immer – ist aber bislang nicht vorgekommen. Beim ersten Mal geht es darum, die Bedarfslage zu analysieren, herauszufinden, welche Dienstleistungen sind nötig, bis hin zur Vertragsschließung mit dem Kunden. Und der Kunde schließt in der Regel einen Rahmenvertrag über zwei oder drei Veranstaltungen. Es ist für einen Kunden mitunter sehr schwierig, zu beurteilen, ob die Leistung, die der Dienstleister erbringt, auch tatsächlich die ist, die vertraglich vereinbart wurde. Letzten Endes muss der Kunde uns die Inhalte liefern, die er haben will. Bildlich gesprochen: Unser Job ist es, den Sandkasten zu bauen, aber der Kunde muss die Förmchen mitbringen. Der Kunde ist für den Content verantwortlich. Je besser er uns klarmachen kann und je besser wir verstehen, welche Inhalte er transportieren und welche Medien er nutzen will, desto besser sind wir in der Lage, diesen Sandkasten zu bauen.

Ein weiteres Standbein ist die Herstellung von Audioequipment.

In der Tat, und das schon seit 1982. Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht, denn das Handwerkszeug, welches wir benötigten, konnte man nicht käuflich erwerben.

Zum Beispiel?

Wir haben damals schon viel mit öffentlich-rechtlichen Anstalten zusammengearbeitet, und so stellte sich irgendwann die Frage, wie ich ein Mikrofonsignal sauber auf mehrere Verbraucher aufteile - also Ü-Wagen, Beschallung usw. - so genannte Audiosplit-Systeme. So haben wir zunächst nur für den Eigenbedarf begonnen, zu entwickeln und zu produzieren. Unser erster Kunde war der Westdeutsche Rundfunk. Die Geräte, die wir 1994 verkauft haben, sind heute noch in Betrieb. Natürlich musste ich mir des öfteren anhören: „Sie haben da einen Fehler gemacht. Ihre Geräte sind zu gut – die gehen nicht kaputt.“

Leider – oder Gott sei Dank – laufen alle diese Geräte heute noch. Was ich am erstaunlichsten finde: Wir sind immer noch der einzige Hersteller der Bundesrepublik, der alle sicherheitstechni-



INTERVIEW

schen Anforderungen für dieses Produkt erfüllt, sowohl die technischen Regeln von ARD und ZDF als auch die existierenden Normen für diese Geräte. Unsere Geräte sind nicht ganz billig, aber sie sind preiswert – wenn man mal den Begriff wörtlich nimmt und wenn man bedenkt, wie lange sie im Einsatz sind.

Man muss wissen, dass die Produkte aufgrund der Erfüllung der technischen Anforderungen preislich locker fünfstellig sind, sodass sich der „normale“ Verleiher bzw. Vermieter so etwas selten bis nie kaufen wird. Die potenziellen Kunden sind also stark eingeschränkt. Bei den Öffentlich-Rechtlichen zum Beispiel laufen Entscheidungsprozesse von der ersten Anfrage bis zum tatsächlichen Auftrag zwei bis drei Jahre. Das heißt also, die Herstellung läuft bei uns nebenbei, der Schwerpunkt liegt in der Veranstaltungsplanung.

Gute Hardware ist die eine Seite, auf der anderen Seite stehen gut ausgebildete Mitarbeiter. Sind die Themen Mindestlohn, Fachkräftemangel, Flexibilität in der Veranstaltungswirtschaft relevant?

Ich persönlich glaube, dass die Gesellschaft und somit auch die Politik es völlig verschlafen hat, den auf der einen Seite groß angekündigten Wandel hin zur Dienstleistung sozialpolitisch zu begleiten.

Die Tatsache, dass alle Wirtschaftsteilnehmer im Bereich Veranstaltungswirtschaft unter möglicherweise unterschiedlichen Auslastungen leiden, und für die Erfüllung der diversen Aufträge punktuell unterschiedliche Spezialisten oder unterschiedliche Personalstärken benötigen, hat dazu geführt, dass es heute – wie man so schön sagt – prekäre Beschäftigungsverhältnisse gibt. Die Tatsache, dass bei uns versucht wurde, über die fälschlicherweise so genannten Freiberufler dieser Situation Herr zu werden, zeigt die Zwangslage der Unternehmen:

Diese müssen die schwankenden Anforderungen des Marktes irgendwie bedienen, haben aber keine wirtschaftlich realistische Chance dazu. Sie könnten natürlich – theoretisch – das gesamte Personal einstellen und klassische sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhält-

nisse schaffen. Die Politik will die Situation des Sozialsystems an dieser Stelle nicht wirklich anpassen, um eben der Flexibilität, die unser zugegebenermaßen kleiner Wirtschaftszweig eigentlich benötigt, gerecht zu werden.

Hat man die Scheinselbständigkeit im Griff?

Die Situation ist recht schwierig. Bei uns werden verschiedene Konstrukte gebildet. Eine Option ist, Personal einzustellen, eine weitere, Personal zeitlich begrenzt einzustellen bzw. AÜG-Personal einzustellen, also auf die Arbeitnehmerüberlassung zurückzugreifen. Heute wird versucht, die Zahl der vermeintlich scheinselbstständig Beschäftigten zu reduzieren, etwa mit einer erhöhten Anzahl von eigenen Mitarbeitern. Ich persönlich finde das gut. Ich bin ein Freund von jedem, der sagen kann: Ich habe eine Stammbesellschaft, die loyal und im Interesse des Unternehmens die Arbeit erledigt und die Prozesse des Unternehmens kennt. Das hat echte Vorteile für die Unternehmen.

Aber es wird immer personelle Engpässe geben, auf die der Unternehmer reagieren muss. Er kann schließlich seinem Kunden nicht sagen, dass er einen Auftrag nicht abwickeln kann. Er wird im Gegenteil alles daran setzen, den Kunden nicht abweisen zu müssen. Im Fall von Materialbedarf ist es relativ simpel, denn hier gibt es genügend Firmen, die sich das Material gegenseitig vermieten. Nur in Sachen „Personal“ wird es ganz schwierig. Es gibt in der Bundesrepublik viele Dinge, die berücksichtigt werden müssen. Arbeitszeitgesetz, Jugendschutz, Mutterschutz, AÜG. All diese Dinge sind unter einen Hut zu bringen – und das ist keine kleine Anforderung an die Unternehmen.

Ein Thema, welches in den vergangenen Jahren rasant an Bedeutung zugenommen hat, ist die Sicherheit. Was genau hat sich verändert?

Teilen wir es einmal in zwei Teile: Vor der Loveparade und nach der Loveparade. Ab ca. Ende der Neunziger Jahre hat eine Änderung des Bewusstseins für technische Sicherheit gegeben. Und die Sicherheitsanforderungen an das Equipment ist auch stetig angehoben worden.



INTERVIEW

Hinzu kommen Dinge wie Arbeitsschutz und technische Sicherheit. Die Unternehmer haben ein Bewusstsein entwickelt und begonnen, sich Fragen zu stellen: Was machen meine Mitarbeiter überhaupt? Welche Verantwortung habe ich als Unternehmer? Welche Prozesse muss ich einführen? Worauf muss ich beim Einsatz eines Produkts achten?

Die Situation der Loveparade in Duisburg hat zu einer Zäsur geführt, die den Anstoß zum Umdenken geliefert hat. Auf einmal hat man sich nicht nur um die Sicherheit der eigenen Mitarbeiter Gedanken gemacht, sondern auch um die erhöhte Sicherheit der Gäste.

Ich komme ja aus Duisburg und kann – so glaube ich zumindest – ziemlich gut die Stimmung, die in der Stadt herrschte und herrscht, wiedergeben. So gab es meines Erachtens nach überhaupt keine Notwendigkeit, hektisch Dinge zu ändern aus dem einzigen Grund, weil man Regeln, die es ja bereits lange gab, nicht befolgt hat. Der Vorfall „Loveparade“ hat mich dazu gebracht, zu denken, „Leute, ihr habt eine ganze Zeit lang euren Job nicht gemacht.“

Seitdem hat sich viel zum Positiven geändert. Die Kunden fragen jetzt gezielt: Wie sieht es mit der Sicherheit der Gäste aus? Müssen wir noch etwas tun? Haben wir an alles gedacht? Was liegt in unserer Verantwortung? Und dann komme ich zum Zuge und frage zurück: Wie sieht denn euer Organigramm aus? Welche Rolle haben die einzelnen Mitarbeiter? Welche Aufgaben hat der Unternehmer? Denn: Es ist ja nicht so, als wüßte keiner, wie es geht. Im Gegenteil: Es sind alle notwendigen Regeln, Abläufe und Vorgaben vorhanden - man muss sich nur daran halten.

Meine ganz persönliche Auffassung ist, dass Duisburg vermeidbar gewesen wäre, wenn es nicht diesen hohen politischen Druck gegeben hätte.

Der wie aussah?

Die Loveparade war die Abschlussveranstaltung zur Ruhr 2010. Sie ist ins Ruhrgebiet verkauft worden und war auf vier Shows in Essen, Bochum, Dortmund und Duisburg angelegt. Nachdem Bochum bereits nicht stattgefunden hatte und Duisburg das letzte Event war, war der

Antrieb aus der Politik extrem groß, genau diese Veranstaltung nicht ausfallen zu lassen. In Bochum hatte der damalige Polizeipräsident ganz klar formuliert, dass die Loveparade aus sicherheitstechnischen Gründen so nicht durchführbar sei. Den Polizeipräsidenten in Duisburg, der ja das gleiche in der Vorplanung gesagt hatte, hat man in den vorzeitigen Ruhestand geschickt.

Man sucht ja heute noch nach Verantwortlichkeiten. Kürzlich ist ja auch die Klage zugelassen worden...

Für die Veranstaltungstechnik gleicht Duisburg einem Flugzeugabsturz. Erst durch die schonungslose Aufarbeitung des Geschehenen kann eine erneute Katastrophe verhindert werden. Wo ggf. welcher Fehler durch wen gemacht wurde und wie man das in Zukunft verhindern kann, muss erörtert werden. Nach Duisburg war natürlich allen Beteiligten klar, dass das nicht hätte geschehen dürfen und dass so etwas auch nie wieder geschehen darf.

Aber wer trägt für was welche Verantwortung? Das muss geklärt werden. Die Unklarheit hierzu hat zu einer Fülle von An- und Verordnungen und Konzepten geführt. Veranstaltungen wurden abgesagt. Ob diese den Anforderungen genügen, und ob es den Beteiligten dadurch ermöglicht wird, ihrer

Verantwortung nachzukommen, ist unklar. Welche Verantwortung trägt der Veranstalter, der Betreiber, die Behörden, also Ordnungsamt, Feuerwehr, Polizei, Rettungsdienst und dergleichen, oder die Meister der Veranstaltungstechnik? Dass Unfälle passieren, ist nicht zu verhindern. Solange aber nicht zweifelsfrei klar ist, wer bei einer Veranstaltung wofür in welchem Umfang verantwortlich ist und wie die Beteiligten zusammenarbeiten können, bleibt die Sachlage schwierig. Die Aufarbeitung von Duisburg birgt die Hoffnung, auch hier endlich Aufklärung zu erhalten.

Es gibt heutzutage Säle, in die unbestuhlt beispielsweise 600 Leute passen. Wenn man diesen Saal früher bestuhlt hat, dann passten dort ca. 350 Personen hinein. Setzt man heute Reihenbestuhlung an und hält alle Sicherheitsabstände, Flucht- und Rettungswege ein, dann passen in diesen optisch riesigen



do you do event.tech?

we do too.

Events brauchen Technik. Wir haben sie. – Schon über 40 Jahre steht die Adam Hall Group im Dienst der professionellen Veranstaltungstechnik. Mit unserem fortwährenden Engagement, kundenorientierte Lösungen zu entwickeln, bieten wir ein umfassendes Portfolio von Pro-Audio-Produkten, Beleuchtung, Bühnenausstattung und Flightcase-Hardware an. Die Adam Hall Group unterstützt Sie damit bei der Realisierung kreativer Ideen und hilft, unvergessliche Events zu gestalten.

BESCHALLUNGS-TECHNIK **LICHT-TECHNIK** **BÜHNEN-EQUIPMENT** **HARDWARE FÜR FLIGHTCASES**

share the experience:
adamhall.com



EIGENMARKEN DER ADAM HALL GROUP



VERTRIEBSMARKEN



Immer weniger
Menschen wollen
heute Verantwortung
übernehmen.

Immer weniger
Menschen wollen
an ihren Entscheidungen
gemessen werden.

Immer weniger Menschen
stellen sich hin und sagen:
„Ja, das habe ich so
entschieden, und ich kann
es auch begründen und
stehe dafür gerade,
falls es nicht gut läuft.“

Hermann-Josef Weien fragt sich, wohin das führen soll

INTERVIEW

Saal noch 180 bis 200 Leute. Ist das eine Folge von Duisburg, typisch deutsche Gründlichkeit, oder ist das tatsächlich so erforderlich?

Es darf keine Kultur der Angst geben. Ich darf keine Angst haben müssen, dass ich jetzt keine Veranstaltung mehr machen kann. Ein Betreiber hat Hausrecht und darf insofern jede Maßnahme ergreifen, die er für nötig erachtet, sofern er sich im Rahmen der Betriebsgenehmigung seines Hauses bewegt. Aber es kann natürlich Ausdruck der eben von mir formulierten Angst sein, wenn ein Betreiber von sich aus über das geforderte Maß an Sicherheitsanforderungen hinausgeht.

Natürlich wird erwartet, dass jeder Betreiber sein Haus am besten kennt. Verkehrssicherungspflicht bedeutet für den Betreiber, dass er dafür Sorge tragen muss, dass jeder Gast, der sein Haus betritt, gesund hinein und auch gesund wieder heraus kommt.

Wenn der Betreiber jetzt feststellt – aus welchem Grund auch immer – dass sein Bestuhlungsplan A möglicherweise zwar auf den gesetzlichen Grundlagen basiert und diese auch exakt widerspiegelt, aber seine Gefährdungsbeurteilung ergibt, dass er andere Lösungen finden muss, um die Verkehrssicherungspflicht zu gewährleisten, dann muss er etwas ändern. Allerdings ist das eben Beschriebene bezeichnend dafür, was auch ich regelmäßig erlebe: Immer weniger Menschen wollen heute Verantwortung übernehmen. Immer weniger Menschen wollen an ihren Entscheidungen gemessen werden. Immer weniger Menschen stellen sich hin und sagen: „Ja, das habe ich so entschieden, und ich kann es auch begründen und stehe dafür gerade, falls es nicht gut läuft.“

Selbst in unserem Berufsbild „Meister für Veranstaltungstechnik“, der ja Personen hervorbringen soll, die genau dafür ausgebildet werden, Verantwortung zu übernehmen, ist diese Tendenz spürbar. Das halte ich für bedenkenswert. Diese Menschen sind dafür ausgebildet worden, Kunst real werden zu lassen. Wenn niemand mehr sein Fachwissen einsetzt, um kreativ zu unterstützen, dann brauche ich auch diese

Berufsgruppe nicht mehr. Ich persönlich mache das wirklich mit Freude. Natürlich bedeutet das auch, Risiken einzugehen. Aber ich kann Risiken eingehen, wenn ich sie kenne, sie einschätzen kann und Maßnahmen dagegen habe.

Häufig werde ich bei der Darlegung von Sachverhalten gefragt: „Wo steht das?“ Und ich antworte dann immer: „Nirgendwo. Ihr seid dafür verantwortlich. Ihr müsst das erarbeiten. Ihr müsst begründen, warum ihr etwas macht, wie ihr es macht und warum. Der Gesetzgeber hat sich in einigen Bereichen deutlich zurückgezogen, weil die Unternehmen gesagt haben, dass sie keine Freiräume mehr haben und vieles lieber selbst regeln wollen, siehe Betriebssicherheitsverordnung oder andere Regularien. Das hat Vorteile, aber es erfordert auch Expertenwissen.“

Kann man nicht auf die Bauordnung bzw. Versammlungsstättenverordnung zurückgreifen?

Ich unterrichte für Meisterklassen auch Bauordnungsrecht und sage: „Baurecht ist Formalrecht“. Der Baurechtler kennt Meter, Quadratmeter, Kubikmeter, Personenzahl – mehr nicht. Die Veranstaltungstechnik kommt im Baurecht eigentlich gar nicht vor – ganz überspitzt formuliert.

Baurecht ist auch Ausdruck der Rache der Alliierten: Föderalismus. Wir haben 16 Bundesländer, Bauordnungsrecht ist Ländersache, also hat jedes Bundesland sein eigenes Bauordnungsrecht. Es gibt Bundesländer, die haben gar keine Versammlungsstättenverordnung, es gibt Bundesländer, die haben Versionen von 2002, 2004, 2005. Es gibt momentan einen Musterentwurf 2014. Nehmen wir das Beispiel Berlin. Hier gibt es einen Unterschied zwischen Stadt und Senat, weil Berlin ja auf der einen Seite ein Bundesland und auf der anderen Seite eine Kommune ist. Wenn wir Veranstaltungen in Berlin betreuen, dann klären wir als allererstes mit der zuständigen unteren Bauaufsicht, auf welches Regelwerk wir unsere Genehmigungssituation anpassen. Und dann heißt es im Zweifel: Fragen, fragen, fragen.

Wir haben vor einigen Jahren das 40-jährige Jubiläum der Nacht der Museen betreut. Da-



INTERVIEW

mals habe ich nahezu 30 Bauanträge gestellt. Natürlich hatten wir vorher geklärt, was der Kunde sich vorstellt. Wie soll die technische Regel sein, auf die wir uns beziehen. Daraus ergeben sich dann die vielen Formalaspekte. Man fand es letztlich gut, dass wir immer wieder nachgefragt haben und uns abgestimmt haben, was zu tun ist, welche Regeln man festlegt, um das Verfahren sauber ablaufen zu lassen.

Stichwort Berlin: Wie sieht es im Fall der Zitadelle aus: Aufgrund des Alters des Gebäudes herrscht hier eine besondere Situation, Beispiel Fluchtwege. Ist das dann nicht schwierig?

Die Systematik ist einfach: Es wird einen Betreiber geben, der ein Sicherheitskonzept erstellen muss. Über die Location muss man in der Tat nachdenken: Was passiert zum Beispiel, wenn es brennt? Der Veranstalter sagt natürlich: Das ist eine tolle Location, hier möchte ich meinen Künstler präsentieren. Dann aber muss der Betreiber sich Gedanken machen, ob die Zitadelle für das, was der Veranstalter machen möchte, überhaupt geeignet? Ich verweise hier auf die „DIN 15750 – Technische Dienstleistung in der Veranstaltungstechnik“, denn dort werden all diese Dinge beschrieben. Es ist das einzige Regelwerk, das die Verantwortlichkeiten von Betreibern und Veranstaltern definiert. Und abschließend muss sich der Veranstalter die Frage stellen, ob er sich im Klaren darüber ist, dass er ein Risiko schafft, das er möglicherweise nicht beherrscht. Beim Ticketverkauf schließt du einen Vertrag mit deinen Gästen. Jeder hat den Anspruch, dass er lebend dort wieder herauskommt – ohne Schädigung.

Damit sind wir wieder bei der Verantwortung.

Genau. Viele wissen nur nicht, dass sie Verantwortung tragen bzw. tragen müssen. Oder sie wollen es nicht wahrhaben. Man muss das Rad nicht neu erfinden, man muss es nur drehen. Die meisten Rahmenbedingungen und Vorgaben sind niedergelegt, zudem es gibt ausreichend Kommentare, es gibt viele Experten. Aber: Es ist kein Buch mit sieben Siegeln. Man muss die Verantwortung annehmen. Ich kann nicht Geld

verdienen wollen, ohne Verantwortung zu übernehmen.

Der Anschlag in Manchester geschah nicht auf, sondern beim Verlassen einer Veranstaltung. Kann man so etwas überhaupt in ein Sicherheitskonzept einplanen?

Das Sicherheitskonzept für diese Veranstaltung hat bestimmt alles Relevante abgedeckt – inkl. der Abgrenzung zum öffentlichen Raum, etwa dem Verantwortungsbereich der Polizei. Diese agiert in ihrem Bereich eigenständig und teilt ihre Konzepte nicht mit dem Veranstalter. Eine klare Abgrenzung und Schnittstellenregelung sowie die Abstimmung der Verfahrensweisen ist im Einsatzfall dennoch dringend notwendig. Das gleiche gilt für Feuerwehr und Rettungsdienst. Man darf nie vergessen: Kein Konzept schließt eine Gefahr aus. Passieren kann leider immer etwas. Dass man dann aber schnell und zielgerichtet reagieren kann – das ist entscheidend!

Von der Loveparade bis Manchester: Waren die Geschehnisse Auslöser dafür, die AKfSM ins Leben zu rufen?

Die Akademie für Sicherheitsmanagement kurz AKfSM möchte eine Fortbildung zum Sachkundigen für Veranstaltungssicherheit anbieten. Ziel ist es, Konzepte zur sicheren Durchführung von Veranstaltungen zu erstellen und umzusetzen. Auslöser war somit sicher auch Duisburg und die Vielzahl von Arbeitsgruppen, die sich seitdem mit Sicherheitskonzepten beschäftigt hatten. Niemand hat allerdings so richtig daran gedacht, wer genau ein solches Konzept verfassen und verantworten soll und welche Qualifikation dafür nötig sein sollte. Diese Lücke wollten wir schließen. Die Akademie für Sicherheitsmanagement hat sich daher zum Ziel gesetzt, mit besonderen Qualifizierungsmaßnahmen dazu beizutragen, die Sicherheit im öffentlichen, beruflichen und privaten Umfeld zu verbessern.

Die Idee stammt von meinem Partner Jan Wegner, der zusammen mit mir einem weiteren Partner und Gesellschafter, Thorsten Prein, zum Kern der AKfSM gehört. Thorsten Prein ist ein europaweit tätiger Spezialist für Brandschutz und Rettungswesen und gehört zu den Weni-



YES, WE CAN FLIGHT CASES

Wie kein anderer Flightcase-Hersteller kombiniert Kalms die Qualitäten seiner Mitarbeiter: Den Einfallsreichtum des Konstrukteurs mit der Qualität und Leidenschaft in der Herstellung des anspruchsvollen Flightcase-Bauers.



KALMS
Hannover
TRANSPORTKOFFER

Kalms Flightcase GmbH & Co. KG
Inhaber: Thomas Schrickel

Junkersstraße 14
30179 Hannover

tel: +49 511 3728104

E-Mail: t.schrickel@kalms.de
Webseite: www.kalms.de

- ▶ Kalms Flightcase produziert seit 1978 individuelle Transportkoffer und Flightcases in hoher Qualität nach Kundenspezifikation.
- ▶ Effizienz, Kosten- und Termintreue sowie Perfektionierung unserer Tätigkeitsbereiche Flightcase-Bau, individueller Innenausbau mit Einpassung der zu transportierenden Komponenten sind das wichtigste Bindeglied zu unseren Kunden.
- ▶ Wir bieten Ihnen individuelle Problemlösungen in bester Qualität und stets nach höchstem technologischen Standard.
- ▶ Spezielle Transportlösungen für alle Anwendungen im Bereich Rundfunk und Fernsehen, Motorsport, Industrie- und Messe, Klassische Orchester, Pop- und Rockmusik, Präsentations- und Werbetechnik, Medizin- und Messtechnik.

Wir unterstützen im Rahmen unseres Sponsoring

- ▶ Allgemeinbildende Schulen und Musikschulen
- ▶ Jugendgruppen aus Sport und dem Sozialbereich
- ▶ Musikinitiativen für leise und laute Musik
- ▶ Jugendorchester in Deutschland und im Nahen Osten
- ▶ Internationale Hilfsorganisationen
- ▶ Orchester für neue Musik
- ▶ Theatergruppen



Der Preis der Sicherheit – Karneval in Köln

Am 11.11.2017 war es wieder soweit: Die „fünfte Jahreszeit“ wurde eröffnet. Im Vergleich zu den letzten Jahren zog der Termin diesmal besonders viele Teilnehmer an, da der Sessionsauftakt auf einen Samstag fiel.

Dies hatte zum Beispiel in Köln zur Folge, dass die attraktiven Plätze mitsamt ihren Zugängen geschlossen werden mussten. Durch den Dauereinsatz der Polizei war die allgemeine Lage zwar immer weitgehend unter Kontrolle, aber ist das wirklich Sinn der Sache? Dass es einen „Dauereinsatz der Polizei“ braucht, um friedlich feiern zu können?

Nun mag dies im Karneval möglicherweise aufgrund des durchaus erhöhten Alkoholkonsums der Fall sein: ein mit Jedermannsrechten ausgestatteter Mitarbeiter eines privaten Sicherheits- & Ordnungsdienstes wird im Zweifel nur noch bedingt den notwendigen Einfluss nehmen können. Das größte Problem diesmal war jedoch ein anderes: die „Wildpinkler“. Obwohl die Kölner Verwaltung mehr Dixi-Klos aufstellen ließ als die Jahre zuvor, kam es gleichermaßen unter Männern sowie Frauen zu ungeniertem Herunterlassen der Hosen, speziell rund um den Bereich von Kirchen in der Kölner Alt- und Innenstadt. Nun mag man dies nicht als sonderlich sicherheitsrelevant einstufen - ist es aber - denn „Wohlbefinden“ ist einer der Grundsätze einer modernen Sicherheitsplanung. Ist das Wohlbefinden eingeschränkt (wodurch auch immer), verschärft / verändert sich die Wahrnehmung des Ganzen, so wie beim Rabaue-Sänger Alexander Barth, der sich wie folgt äußerte:

„Sodom und Gomorrha. Unsere Wege zu den Veranstaltungen in der Innenstadt waren ein echter Spießbrutenlauf vorbei an besoffenen Kindern und krakeelende Erwachsenen, durch Pisse, kaputte Flaschen und dergleichen.“

Bemühungen des Festkomitees sowie des Ordnungsamtes, die mithilfe von Plakataktionen im Vorfeld auf Müll, Alkoholkonsum und Wild-

pinkeln aufmerksam machten, liefen weitgehend ins Leere.

Eine Frage, die sich darüber hinaus stellt, ist die der räumlichen und zeitlichen Verantwortungsgrenzen: Während ein benannter Veranstalter in der Verantwortung für Zugang, Toiletten und Sicherheit auf der Veranstaltungsfläche selbst steht (In Köln wurde der Aufwand hierfür mit rund 250.000 Euro jährlich beziffert), ist alles, was außerhalb dieser Grenzen passiert, Sache der Stadt - die - hier am Beispiel Köln - sich nur bedingt über die zusätzlichen Kosten freut.

Die Oberbürgermeisterin der Stadt Köln hat in Anbetracht des anstehenden Straßenkarnevals zu einem Runden Tisch mit Vertreterinnen und Vertretern der Kölner Veranstalter und Gastronomen eingeladen, da es zukünftig zu deutlichen Einschränkungen der Versorgungsstände und Aufbauten der Gastronomiebetriebe kommen solle. Argumentiert wird, dass der öffentliche Ausschank von Alkohol zu längeren Verweildauern, hohen Besucherdichten und mehr Verunreinigung geführt habe. Ziel der Stadt ist es also, die Versorgung der Karnevalisten mit Alkohol im öffentlichen Raum zu erschweren. Das Risikomanagement kennt ja mehrere Strategien im Umgang mit Risiken, die sich hier analog anwenden lassen. „Halbgare Lösungen“ ist jedoch sicherlich keine der Strategien. Die gesamte Problematik ist so komplex, dass einzelne Handlungsansätze immer ins Leere laufen werden - ohne eine ganzheitliche Raumplanung mit der entsprechenden Organisation laufen Einzelösungen notwendigerweise ins Leere - und verärgern / enttäuschen dazu noch alle, die davon betroffen sind.

Quelle: IBIT 2018

INTERVIEW

gen, die auch für die Bundesregierung tätig sind. Vierter Partner und Gesellschafter ist Egon Fischer. Er ist Referatsleiter a.D. im Amt für den Militärischen Abschirmdienst (MAD) für den Bereich personelle und materielle Sicherheit, Sabotageschutz und Terrorismusabwehr.

Was genau ist Inhalt dieser Fortbildung und an wen richtet sie sich?

Wer Sicherheitskonzepte erstellt, muss die möglichen Risiken einer Veranstaltung definieren und Gefahrenpotenziale richtig einschätzen können. Dabei müssen alle notwendigen Stellen, die zur Erstellung und Umsetzung eines Sicherheitskonzeptes erforderlich sind, einbezogen werden. Dazu zählen der Meister für Veranstaltungstechnik, Behörden wie Polizei und Feuerwehr, das Rettungswesen und der Ordnungs- und Sicherheitsdienst. Außerdem sollte eine Fachkraft für Veranstaltungssicherheit in der Lage sein, eine Abschätzung über den Material-, Zeit-, Personal- und Kostenbedarf zur Umsetzung des Sicherheitskonzeptes abgeben zu können. All das wollen wir in unserer Fortbildung vermitteln. Das ist ziemlich komplex. Man darf nicht vergessen, dass man im Prinzip umfassende Kenntnisse über alle relevanten Rechtsvorschriften, Erlasse und sonstige Regelwerke haben muss.

Wir wollen das Wissen und die Kompetenz aus allen Bereichen verbinden und ein Konzept erstellen, das für alle Beteiligten nutzbar ist. Adressaten sind daher nicht nur Meister für Veranstaltungstechnik, sondern auch Behördenvertreter von Polizei, Feuerwehr und Ordnungsamt, aber auch Organisationsleiter aus dem Rettungswesen oder Meister aus dem Ordnungs- und Sicherheitsdienst. Alle sollten über eine Berufserfahrung von mindestens fünf Jahren verfügen.

Wie wird man eigentlich Dozent?

In meinem Fall war es mehr oder weniger Zufall. Irgendwann vor Jahren habe ich meine erste Meisterprüfung in Hannover abgelegt - ohne Kurs, ich bin gleich zur Prüfung gegangen. Danach habe ich auch noch meinen zweiten Meister in Hannover gemacht, und irgendwann kam mir die Idee, ob ich nicht auch unterrichten könnte.

Die DEAplus baute damals Dozenten für das ein oder andere Fachgebiet auf, so kam ich zum Thema „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“. Das habe ich in Hannover unterrichtet und bin bis heute Mitglied des Prüfungsausschusses in Hannover. Danach habe ich für die IHK Köln, die ja auch ein Weiterbildungszentrum hat, gearbeitet. Dort habe ich auch Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterrichtet. Aufgrund des Weggangs des Dozenten für Bauordnungsrecht wurde ich gefragt, ob ich nicht auch Bauordnungsrecht unterrichten könne.

Wie kam es zu den SQRs?

Die Grundidee war, dass die Branche gesagt hat, bevor der Gesetzgeber uns Regeln auferlegt, die uns möglicherweise nicht passen, ist es sinnvoller, wenn die Branche selbst mit ihrer Expertise Regeln aufstellt. Angefangen hat man damals mit dem Thema Rigging. Daher kam auch die Abkürzung SR. Das stand für Standard Rigging. Es folgten weitere Standards, die Umbenennung von „SR“ in „SQ“ (Standard der Qualität). Heute ist die IG VW (Interessengemeinschaft der Veranstaltungswirtschaft) hier federführend. Die Standards stehen der gesamten Branche kostenlos zur Verfügung.

Hat die deutsche Veranstaltungswirtschaft Einfluss im Ausland?

Auf der Prolight and Sound sind beim VPLT regelmäßig Vertreter von ausländischen Verbänden zu Gast. Man sieht im Ausland die deutsche Herangehensweise als bewährt an. Das gilt für die Veranstaltungstechnik genauso wie für die Theatertechnik. Wenn man als Hersteller sagen kann, dass die eigenen Produkte dem deutschen Standard entsprechen, hat das eine gewisse Wertigkeit.

Wie sehen die Hauptaufgaben von Verbänden in der Veranstaltungsbranche in den nächsten fünf Jahren aus?

Ich möchte etwas anders auf die Frage antworten. Es gibt sehr gute Gründe, warum es unterschiedliche Verbände gibt, da es differenzierte Interessensgruppen gibt. Die Stärke von Verbandsorganisationen liegt darin, dass sie an den richtigen Stellen politisch wirksam werden können. Je stärker eine Interessensvertretung



**„Beim Ticketverkauf
schließt man einen Vertrag
mit seinen Gästen.
Jeder hat den Anspruch,
dass er lebend dort
wieder herauskommt –
ohne Schädigung“**

Hermann-Josef Weien

ist, desto größer ist die Chance, dass sie Gehör findet. Im Grunde wäre es am besten, alle Interessensgruppen in irgendeiner Form zusammen zu führen und gebündelt zu vertreten. Es kommt immer auf den kleinsten gemeinsamen Nenner an. Wenn man den finden und definieren könnte, dann gäbe es eine Basis. Eine noch größere Diversifizierung schwächt die Branche. Dies ist natürlich meine ganz persönliche Meinung.

Jeder Verband muss natürlich seine eigenen Verbandsziele definieren. Jeder Verband muss sich fragen: Was ist denn unser ureigenstes Verbandsziel. Jede Interessenvertretung muss die Ziele immer kleinteiliger definieren, damit sie identifizierbar ist. Das macht die Sache so schwierig. Ich will nicht absprechen, dass es vielleicht für den ein oder anderen notwendig ist, sich so zu organisieren. Aber ich halte das auf Dauer nicht für zielführend. Das ist dann ein gefundenes Fressen für Politik und Industrie. Denn das sind dann keine Kräfte, die eine Resultierende auslösen können. Nicht etwa, weil ihr Einsatz nicht ernsthaft ist, sondern weil sie keine Chance haben, Gehör zu finden. Ich glaube, dass

Wirkung und Wirkungsgrad nur über die Größe funktionieren, und Größe bedeutet in diesem Fall Menge. Menge von Personen und Interessen, die man unter einem Dach vereinen kann. Hier gibt es x Unternehmen, x Menschen, die diese Interessen haben. Die sind in diesem Verband organisiert und der Verband erhebt seine Stimme und versucht, diese Interessen zu vertreten, zu erarbeiten und nach außen zu positionieren. Das ist für mich die Aufgabe eines Verbandes.

Hermann-Josef Weien hat bei fast allen DIN's, BG-Vorschriften, Qualifikationen, Veröffentlichungen die Finger drin gehabt. Teilweise als Aktiver in den Ausschüssen oder als Berater in 2ter Reihe

Jan Wegener bildet Trainer aus, entwirft Schulungs-/Lehrgangskonzepte. Kommt aus der VT. Ist für die IHK, den DIHK als Prüfungsausschussmitglied (Leiter MVT Köln) FVT und MVT, Rahmenlehrplan Ersteller, Ersteller bundeseinheitlicher Prüfungen ehrenamtlich tätig.

Kann man Terror versichern?

5 Fragen an Versicherungsfachmann Christian Raith

Die letzten Jahre haben die Veranstaltungsbranche nachhaltig verändert. Ob Las Vegas oder Manchester: Terroristische Attentate sind mittlerweile Realität. Doch kann man sich eigentlich auch gegen die Folgen eines Attentats oder Terroranschlags versichern?

Ja, das kann man. Man kann seine Veranstaltung gegen den Ausfall, den Abbruch und die Verlegung mit einer entsprechend modifizierten Ausfallversicherung absichern. Ein Veranstalter eines Outdoor-Events wird zum Beispiel das Thema „Wetter“ mit hineinnehmen, was man bei einem Indoor-Event aber zum Beispiel nicht benötigt.

Ist das Thema „Terror“ im Zuge der jüngsten Vorkommnisse auch versicherbar bzw. wird dieser Fall jetzt berücksichtigt?

Man muss hier zwischen Terrorakt und Attentat unterscheiden. Dies ist auch für Versicherungen wichtig, da beide Dinge unterschiedliche Konsequenzen bedeuten. Allerdings basiert alles auf einem Urprodukt, welches wir bereits vor über 30 Jahren auf den deutschen Markt gebracht haben.

Ob Terror oder Attentat legt übrigens die Polizei oder das Innenministerium fest. Die Unterschiede liegen in erster Linie darin, dass man bei einem Terrorakt von einer politisch motivierten Tat ausgeht, bei einem Attentat geht man von roher Gewalt gezielt gegen einen oder mehrere Menschen aus. Versicherbar ist grundsätzlich beides.

Ist es generell sinnvoll ist, sich mit dem Thema Ausfallversicherung wegen Terror zu beschäftigen oder erst ab einer gewissen Event-Größe?



Jeder Veranstalter sollte sich mit diesem Thema auseinandersetzen, egal um welche Größe des Events es sich handelt. Bei den Terrorakten in Paris oder in Franken waren die Ziele auch keine großen Konzerte. Von den Kosten her kann ich sagen, daß wir bislang keine Prämiensteigerungen für Terror oder auch Wetter durchführen müssen, was ein ordentliches Stück Arbeit war.

Gibt es eine Mitwirkungspflicht des Veranstalters, dass der Versicherer zum Beispiel festlegt, wie viel Security eingesetzt werden muss, damit Angriffe verhindert werden können?

Nein, da gibt es keine Vorgaben.

Für was werden dann die meisten Gelder bei den Versicherungen zurückgehalten? Für Personenschäden?

Ein Personenschaden fällt unter die normale Haftpflichtversicherung. Eine Ausfallversicherung kann hingegen nur Kosten abdecken, die durch einen Ausfall oder Abbruch einer Veranstaltung zustande gekommen sind.

Ein ausführliches Interview zu dem Thema folgt in der kommenden Ausgabe.

Security: Rock and a hard place

What's next for a business still reeling from multiple serious incidents over the last two years? Five experts discuss at ILMC 30.

Last year there were 4.3 million events in Europe, and you can count on one hand the number of attacks, chair Chris Kemp of MOM Consulting reminded the room. „But the impact on us has been huge.“

Tony Duncan from U2 security explained the band was filming not far from the Bataclan when the attacks happened. „We had to enact not just artist evacuation but 100 crew members and HBO filming crew too,“ he said, explaining that good pre-planning and a good command and control structure were key to success. „The artist suddenly saw their security team change from affable to very abrupt people. We had to do things very quickly and efficiently.“ He said artists don't always respond in the way you might want them to when you tell them what to do, with no argument. And immediately after the fact, artists often want to use social media to communicate. But that's not always the best thing to do.

Paléo Festival's **Pascal Viot** from Switzerland said the attacks on Bataclan and Manchester have left event organisers facing unexpected issues. The industry leapt into action and put into place measures to reassure crowds. But, he cautioned, we need to remember not to focus on the last method of attack, at the expense of focussing other types. „High levels of crowd control creates huge congestion before security, which makes an easy target,“ he said. He added: „Festivalgoers don't need to know everything about our strategy. We need to lower the anxiety levels and make counter terrorism measures less visible.“

Mark Logan from UK security company Showsec said: „We as an industry are still really active to what happened in Manchester. We took off at 100 mph to do something and threw the kitchen sink at events to show ticket buyers they're safe. I'm not sure how sustainable it is because of the financial element and customer

comfort. „Promoters need to show customers it's safe but don't want to go over the top and frighten people.“

Coralie Berael from Belgium's Forest National Arena, recounted her experience of the terrorist attack in Brussels. She said police warned them the terror threat was high. The band heard about what was happening in the city and didn't want to perform, but the venue managed to persuade the act to go on. But towards the end of the gig, Brussels went into lockdown and the venue was told it was the target for the attack. „We learned it's important to know your stuff. Have a safety plan. And that everyone knows about it. But the key thing was relationship we had with the police and how we communicate with each other,“ she said.

Andy Smith from West Midlands Police Counter Terrorism Unit told the room it's important to emphasise that nowhere is immune from possibility of attack. „Realistically it's likely to happen again. We don't know where or how or when. We would be naive to think otherwise. You can't second guess thoughts of spectrum of terror groups.“ One of the best things you can do is have high quality staff, he advised. „It comes down to attitude and quality of staff you use. They make a huge difference. Do you want them to be helpful? Yes of course. Should they be polite? Yes. But you also want them to be robust.“

What impact has the attacks had on artists and their rider demands, Kemp asked. Berael said American artists are terrified of playing Brussels, explaining their riders were asking for a small army of security. So it's up to the venue to explain its security measures. Duncan said: „The simple way I put artists at ease is proving people are communicating and that they've done pre-event planning,“ he added.

Quelle: iq-mag.net

Trendbericht Veranstaltungssicherheit

Im Auftrag des Research Institute for Exhibition and Live-Communication (RIFEL) haben Prof. Dr. Cornelia Zanger, Dr. Kerstin Klaus und M. Sc. Achim Kießig von der Technischen Universität Chemnitz einen Trendbericht erstellt. Eine Zusammenfassung.

Großveranstaltungen gewinnen im Rahmen der Live-Kommunikation gerade in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung. Veranstaltungen sind ein wichtiges Instrument zur erlebnisorientierten Inszenierung von Markenwelten und prägen dabei entscheidend die Wahrnehmung und Assoziation eines Besuchers. Die „Eventisierung“ vieler Alltagsbereiche machen Veranstaltungen zu einem wichtigen Teil der Lebenswelten von Menschen, so dass ein Leben ohne Großveranstaltungen wie Messen, Festivals, Konzerte, Public Viewings, Sportevents wie Fußballspiele in Stadien oder Corporate Events kaum mehr vorstellbar ist.

Zugleich rückt jedoch nicht zuletzt aufgrund vergangener terroristischer Anschläge auf Konzerten und Großveranstaltungen die Veranstaltungssicherheit immer mehr in das Blickfeld von Veranstaltern, Agenturen und öffentlichen Behörden. Spätestens seit der Loveparade 2010 hat sich die Sicherheitswahrnehmung auf Veranstaltungen deutlich verändert. Zudem sind natürlich auch immer wieder kleinere Veranstaltungen von Sicherheitsrisiken betroffen, die im Planungsprozess berücksichtigt werden müssen.

Aufgrund der genannten ganz unterschiedlichen Ereignisse, zeigt sich insgesamt eine stärkere Sensibilisierung für Themen der Sicherheit von Veranstaltungen. Dies zeigt sich beispielsweise auch bei Anbietern von Workshops und



„Gibt es eine zentrale Kommunikationsstelle? Welche Kommunikationswege stehen zur Verfügung? Man muss zunehmend

darauf achten, wie man schnell und effektiv kommunizieren kann.“

Ralf Stroetmann, VPLT

Seminaren im Bereich der Veranstaltungssicherheit, die in letzter Zeit eine steigende Nachfrage zu verzeichnen haben.

Zur Veranstaltungssicherheit gehören beispielsweise Brandschutz und Evakuierung, Crowd-Management, Erste Hilfe, Unfallverhütung, Gesundheitsschutz sowie die Sicherheitskommunikation. Die Sicherheitsanforderungen werden in umfangreichen gesetzlichen Regelungen und Verordnungen definiert und sind bei der Erstellung eines Sicherheitskonzeptes zu berücksichtigen.

Laut der Studie zählen zu den wichtigen Trends der Veranstaltungssicherheit Themenfelder wie externen Bedrohungen (z.B. Wetter und Anschläge) und interne Bedrohungen (z.B. Veranstaltungstechnik und Brandschutz), aber auch Bedrohungen aufgrund neuer technischer Entwicklungen wie beispielsweise die Absturzgefahr von Drohnen. Wie Hermann Josef Weien im Interview kommt auch die Studie zu dem Schluss, dass das richtige Verhalten im Ernstfall definierte Verantwortlichkeiten und eindeutige Kommunikationsstrukturen erfordert. Die Abstimmung zwischen Projektpartnern muss weiter verbessert werden, regelmäßige Weiterbil-



„Sicherheit ist für uns alle das Meta-Thema – leider auf unbestimmte Zeit.“

Michael Hosang, Studieninstitut f. Kommunikation

INTERVIEW

„Namensschilder mit integriertem RFID-Chip können helfen, Personen zu orten und im Ernstfall in Sicherheit zu bringen. Das finde ich als Ansatz gut.“

Peter Blach, Blach Report

dungen und Schulungen sind somit essentiell. Eine Vielzahl von Richtlinien und Verordnungen verursacht Intransparenz und Unsicherheit. Verbände wie der FAMAB können eine Plattform zur Etablierung von Branchenstandards bieten.

Laut der Studie zeigt sich vor allem durch eine hohe mediale Präsenz von Ereignissen eine wachsende Sensibilität für Sicherheitsfragen in der Bevölkerung, sodass auch jüngere Generationen ein steigendes Bewusstsein für mögliche Risiken entwickeln. Vor diesem Hintergrund wächst auch das Verständnis für Sicherheitsvorkehrungen und Sicherheitskontrollen.

Nach Gesprächen mit Experten haben sich zum Teil deutliche Defizite hinsichtlich des Sicherheits- und Risikomanagements von Veranstaltungen offenbart. Dabei richten sich die Defizite vor allem auf den Planungsprozess im Vorfeld von Veranstaltungen, indem beispielsweise nur eine unzureichende Risikoanalyse und -bewertung vorgenommen wird oder bestehende Sicherheitsvorschriften bewusst oder unbeachtet unbeachtet bleiben. Die Gründe reichen hier von Unwissenheit bis hin zu Ignoranz.

Doch auch positive Veränderungen zeigt die Studie auf: So positioniert sich eine wachsende Zahl von Eventagenturen als Vorreiter in Bezug auf sicherheitsrelevante Fragestellungen. Eine stärker sicherheitsorientierte Ausrichtung kann deshalb für Agenturen künftig eine besondere Alleinstellung schaffen.

Die Vielzahl an Gesetzen, Vorschriften und Verordnungen, fehlende Transparenz, regionale oder uneinheitliche Bestimmungen sowie Ermessensspielräume bei der Auslegung von Gesetzen erschweren jedoch den Umgang mit Themen der Veranstaltungssicherheit. Diese Si-

tuation führt letztendlich sogar dazu, dass Sicherheitsvorschriften ignoriert oder bewusst umgangen werden, um Zeit und Kosten zu sparen. Die befragten Experten raten deshalb vor allem dazu, Themen der Veranstaltungssicherheit stärker in das Blickfeld zu nehmen. Die starke (mediale) Aufmerksamkeit bietet eine Chance, Grundlagen der Veranstaltungssicherheit (z.B. Brandschutz, Evakuierung) stärker einzubeziehen und in die Ausbildung von Fachkräften zu investieren.

Besonders die Ereignisse der letzten Jahre zeigen, dass aktuell mit zusätzlichen und ganz anderen Veranstaltungsrisiken zu rechnen ist, als dies noch vor zehn Jahren der Fall war. Spielten vor einigen Jahren gerade noch Risiken im Bereich des Crowd-Managements eine große Rolle, so kann hier heute durch den Einsatz spezifischer Technologien und Planungstools das Risiko gemindert werden. Dafür rücken Unwetter- und Terrorereignisse in den Fokus und bestimmen stark die Wahrnehmung von Gefährdungspotenzialen.

Auch die bauliche und technische Sicherheit hat im Rahmen von Veranstaltungen eine hohe Relevanz. Dies resultiert aus oft aufwändigen Bühnenaufbauten und umfangreichem Equipment, die hohe Anforderungen an die statische und technische Sicherheit stellen, die Anwesenheit von Bühnenmeistern oder umfangreiche Dokumentationen (z.B. Prüfstatik) erfordern.

Die bereits angesprochenen Terror- und Anschlagbedrohungen können als Auslöser einer verstärkten Sicherheitsdebatte gesehen werden und stellen letztlich eine latente und kaum zu kalkulierende Gefährdung dar. Das Sicherheitsgefühl der Besucher großer Open-Air-Veranstal-



„Früher hörte man die Leute immer sagen: ‚Mir passiert sowas nicht.‘ Das ist nicht mehr der Fall. Die Leute sind sensibler und sagen:

‚Das könnte mir auch passieren.‘ Das finde ich gut.“

Bülent Ergün, TSE AG

Spezial-Versicherungen
für die Medien-, Messe- und
Veranstaltungswirtschaft...



...so nah an der Branche,
wie es nur irgendwie geht...



...und so ungewöhnlich und
engagiert, wie die 15 Idealisten,
die hier für Euch arbeiten!



Immer unabhängig, nie neutral.

INTERVIEW



„Ich habe häufig Eventkonzepte, in denen das Thema ‚Sicherheit‘ nur rudimentär oder gar nicht berücksichtigt ist. Oft ist es nicht ausreichend budgetiert.“
Olaf Jastrob, Jastrob Ltd. & Co. KG

tungen oder bei einem Besuch von Stadien hat sich deutlich verändert. Menschen entwickeln diffuse Ängste innerhalb großer Menschenansammlungen, von denen gleichfalls wieder eine erhebliche Gefahr im Hinblick auf Paniksituationen ausgeht. Daher kommt die Studie zum Schluss, dass hier besonders Maßnahmen im Bereich der Psychologie und Kommunikation notwendig und sinnvoll sind.

Die in der Studie befragten Sicherheitsexperten sind von zunehmenden Anforderungen im Hinblick auf Sicherheitskonzepte überzeugt und gehen davon aus, dass diese verstärkt in den Fokus der Planung sicherer Veranstaltungen rücken werden. Bereits heute sind ab einer Veranstaltungsgröße von 1000 Besuchern detaillierte Sicherheitskonzepte zu erstellen. Die Experten erwarten, dass diese Schwelle in naher Zukunft auf 500 Besucher sinken wird. Insbesondere wird der Fokus hierbei auf Veranstaltungen in „neuen“ Locations (z.B. Fabrikgebäude) oder auf Freiflächen liegen, die nicht spezifisch als Veranstaltungsorte ausgewiesen sind.

Die Kommunikation zwischen allen relevanten Akteuren, die für die Sicherheit von Veranstaltungen verantwortlich sind, stellt einen weiteren Themenbereich dar. Durch eine effektive Zusammenarbeit können Sicherheitsrisiken deutlich reduziert werden. Die Rede ist hierbei insbesondere von den zentralen Beteiligten wie den Veranstaltern, Agenturen, Dienstleistern, Sicherheitskräften, Behörden und der Polizei sowie medizinischen Einsatzkräften. Obwohl sich die Kommunikation zwischen den Projektpartnern in den vergangenen Jahren bereits positiv entwickelt hat, besteht weiterhin Handlungsbedarf. Wichtig für alle Veranstaltungen ist die Ein-

richtung einer zentralen Koordinationsstelle, bei der alle Fäden zusammenlaufen, denn nur so können die Veranstalter im Ernstfall die richtigen Entscheidungen in kurzer Zeit treffen.

Im Zusammenhang mit dem Aufbau von Kommunikationswegen bzw. einer Kommunikationshierarchie ist auch darauf zu achten, dass die Beteiligten oft nicht die gleiche „Sprache“ sprechen und die Veranstaltungssicherheit aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten. Aus diesem Grund ist es für Veranstalter von großer Bedeutung, alle Akteure an einen Tisch zu bringen und die verschiedenen Perspektiven und Interessen abzustimmen.

Zur Förderung der Veranstaltungssicherheit versprechen technische Lösungen deutliches Unterstützungspotenzial. Neuartige Sensortechnologien beispielsweise können neben der Zählung von Teilnehmern auch auffälliges Verhalten von Personen erkennen und das Sicherheitspersonal im Gefahrenfall gezielt auf untypische Situationen aufmerksam machen, sodass möglichst schnell intervenierend gehandelt werden kann. Zur Lokalisierung von Personen können so genannte RFID-Chips eingesetzt werden.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass trotz wachsender externer Gefahren auch interne sicherheitsrelevante Faktoren nicht unberücksichtigt bleiben dürfen. Um den steigenden Anforderungen an die Sicherheitskonzepte gerecht zu werden, müssen sowohl Veranstalter als auch Agenturen die bestehenden Richtlinien und Verordnungen angemessen umsetzen. Die Behörden sollten in diesem Zusammenhang sowohl eine überwachende als auch unterstützende und beratende Rolle einnehmen. Die grundlegende Basis sicherer Veranstaltungskonzepte liegt im Know-how der Veranstalter und Agenturen, welches durch Weiterbildungen und Schulungen ausgebaut werden muss, damit ein umfassendes Verständnis für sicherheitsrelevante Aspekte von Veranstaltungen geschaffen wird.



Die komplette Studie ist unter www.rifel-institut.de abrufbar.

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände

TRILUX INVESTIERT IN SMART CITY STARTUP ELUMINOCITY

SMART CITIES SIND DANK KOMMUNALER AUßENBELEUCHTUNG SCHON HEUTE REALITÄT. TRILUX FORSCHT SEIT VIELEN JAHREN AN ZUKUNFTS-ORIENTIERTEN TECHNOLOGIEN UND ENTWICKELT SMARTE LÖSUNGEN



Das Unternehmen für technische Beleuchtung setzt dabei auch auf die enge Zusammenarbeit mit Experten und Startups. Im Zuge einer Kapitalerhö-

hung erwarb Trilux deshalb 17,5 Prozent des Münchener Smart City Startups Eluminocity.

Eluminocity entwickelt hochwertige Ladestationen für Elektroautos, intelligente Straßenbeleuchtung und Smart City Sensorik. Innerhalb von drei Jahren hat das mittlerweile 30-köpfige Team u. a. ein umfassendes Portfolio an Lade-

stationen für E-Mobile sowie Sensorlösungen für bedarfsgerechte Straßenbeleuchtung aufgebaut und erste Projekte in München, Seattle, Singapur und Hong Kong umgesetzt.

Mit dem neuen Kapital wird das Unternehmen die technologische Entwicklung vorantreiben und den Vertrieb über den europäischen und US-amerikanischen Markt hinaus internationalisieren. „Wir freuen uns, mit Trilux einen starken und strategischen Partner an Bord zu haben, mit dem wir sowohl Ladestations-Lösungen für Elektroautos als auch Smart City Sensorik weiter vorantreiben können“, erklärt Sebastian Jagsch, CEO von Eluminocity (Foto).

Die Trilux Gruppe betreibt sieben Produktionsstandorte in Europa und Asien und betreut internationale Kunden mittels 25 Tochtergesellschaften und zahlreichen Vertriebspartnern. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen mehr als 5200 Mitarbeiter weltweit,

NEU: ROBE DEUTSCHLAND

**VOR GUT EINEM HALBEN JAHR STELLTE SICH
DIE NEU GEGRÜNDETE ROBE DEUTSCHLAND GMBH
MIT SITZ IN ISMANING BEI MÜNCHEN VOR.**

Die Geschäftsführung besteht aus Dieter Gross (Vertrieb) und Martin Lönner (Finanzen). Beide Geschäftsführer verfügen über fundierte Branchenkenntnis durch ihren langjährigen Einsatz bei marktführenden Unternehmen. Das operative Team besteht derzeit aus Stephanie Walloner (Vertrieb Süd), Olaf Nehrenheim (Vertrieb West und Nord) und Martin Opitz (Vertrieb Ost). Mittlerweile hat man die ersten Messeauf-

tritte erfolgreich hinter sich gebracht und zeigt sich zufrieden.

„Wir durften uns von der ersten Minute an über reges Interesse freuen. Auch die geplante weitere personelle Verstärkung sowie der Ausbau unseres Sitzes in Ismaning haben gut funktioniert“, resümiert Dieter Gross.

www.robelighting.de



Von der Idee über die Technik zum Applaus: mit PC-based Control.



www.beckhoff.de/stage

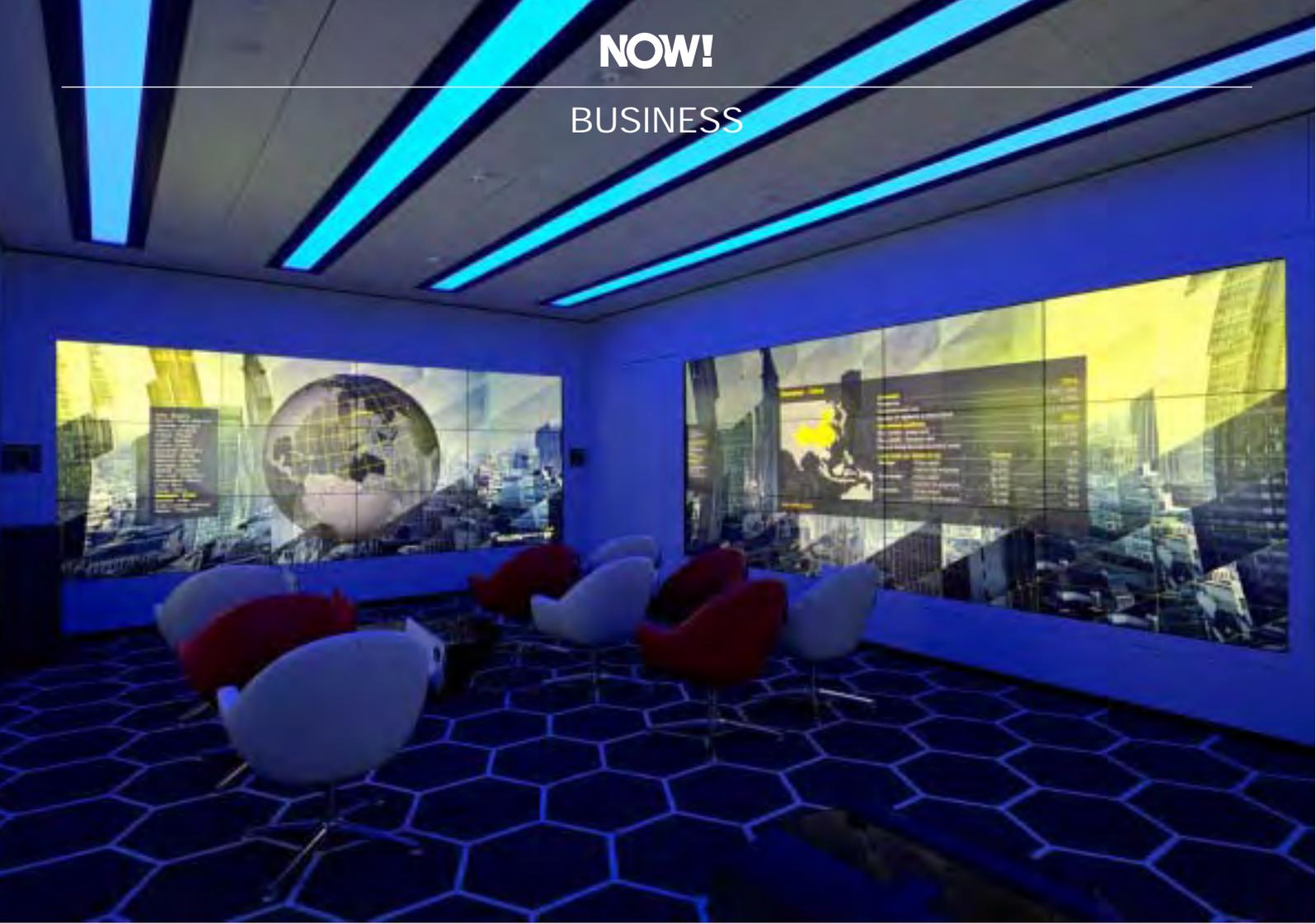
Bringen Sie professionelle Show-Ideen mit maximal professioneller Umsetzung „on stage“: Mit PC-based Control bietet Beckhoff dem Systemintegrator ein durchgängiges und hoch skalierbares Automatisierungssystem, mit dem alle Entertainment-Anwendungen gesteuert werden können: für die Bühnen-, Theater- und Konzerttechnik, in Filmstudios, Freizeitparks, 4D-/5D-Kinos, für Spezialeffekte und für die Gebäudeautomation. Kreative Ideen finden so ihre direkte Umsetzung in eine bewährte Steuerungstechnologie – mit AV-Multimedia-Schnittstellen und der Integration von DMX, Art-Net™, sACN, PosiStageNet, SMPTE Timecode und Audio.



prolight+sound

Halle 3, Stand B72

New Automation Technology **BECKHOFF**



CFO SPACE GEWINN SINUS

DAS CFO SPACE DER ERNST & YOUNG GMBH WIRD MIT DEM SYSTEMS INTEGRATION AWARD SINUS IN DER KATEGORIE BUSINESS AUSGEZEICHNET.

Im Rahmen des ambitionierten Projekts wurde mit moderner Medientechnik ein innovativer Kollaborationsraum geschaffen, der die vollständig digitale Zusammenarbeit von CFOs und deren Teams am Standort Eschborn ermöglicht.

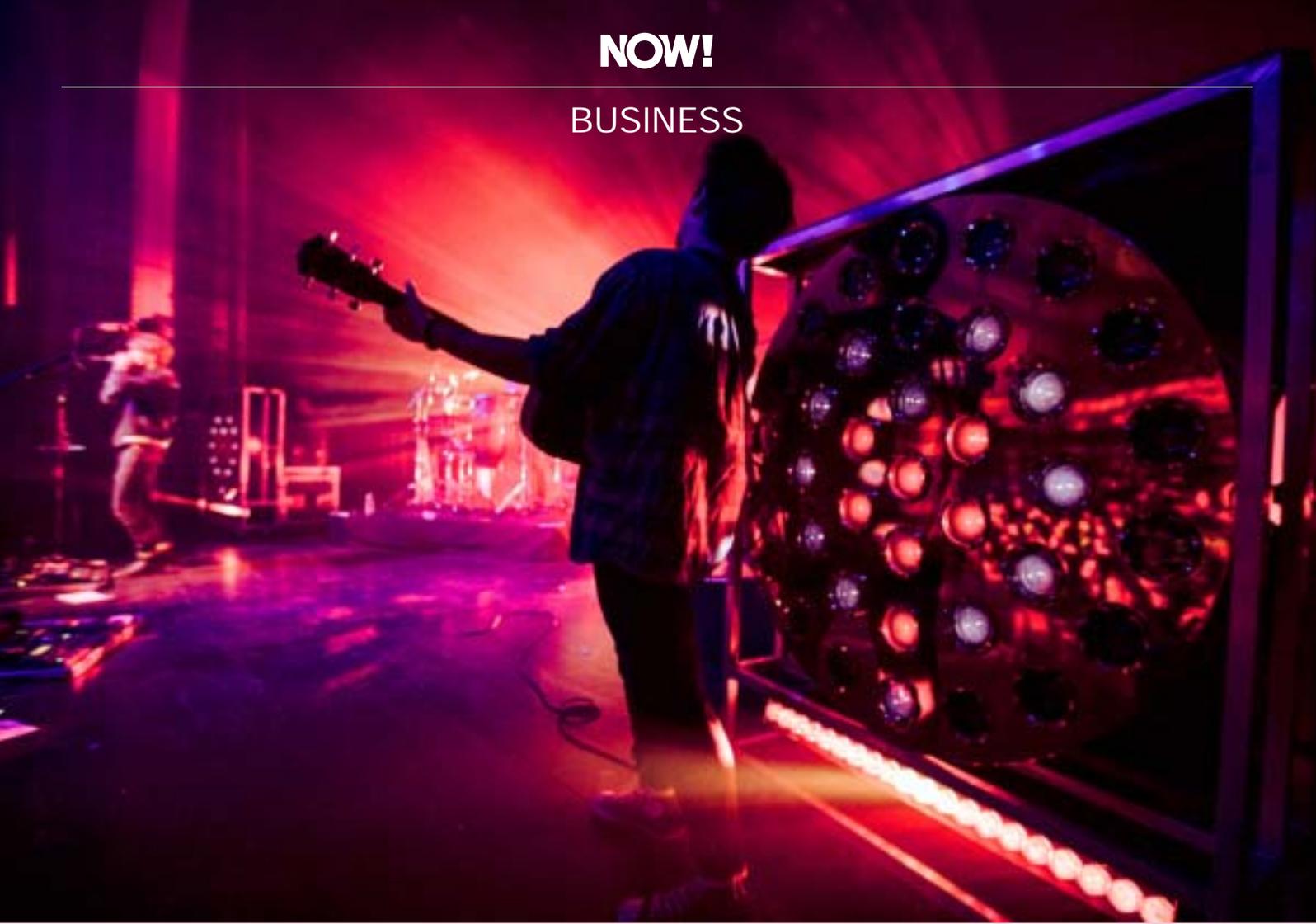
Der Sinus gilt als einer der renommiertesten Ehrungen im Bereich der AV-Medientechnik und Systemintegration. Die Verleihung erfolgt am 12. April 2018 im Rahmen der Prolight + Sound. Preisträger sind die Ernst & Young GmbH sowie die mit der Realisierung beauftragte Planungsgesellschaft Hartmann, Mathias und Partner.

Als Digital Lab stellt das CFO Space eine mehrdimensionale Kombination aus physischem und virtuellem Kollaborationsraum dar. Ziele bei der Planung und Umsetzung waren unter anderem eine optimale Visualisierung und Analyse komplexer Datenstrukturen, ein effektives Data Engineering, die unkomplizierte Dar-

stellung digitaler Inhalte sowie allgemein eine schnelle und wirkungsvolle Kommunikation und Zusammenarbeit.

Zentrales Element des CFO Space ist ein interaktives Multi-Displaywand-System mit LED-Matrix-Deckenlicht und Surround-Sound, das in einen bestehenden Raum von ca. 65 Quadratmetern integriert wurde. Es ermöglicht die Darstellung von Showcases mit Medieninhalten beliebigen Typs und die interaktive Bearbeitung. Das Echtzeitgrafiksystem Ventuz führt die Inhalte von PC-Systemen, mobilen Endgeräten oder von Content-Servern zusammen und transportiert diese auf die vier Displaywände.

Der Sinus prämiiert Projekte, die sich durch den innovativen und wegweisenden Einsatz von Medientechnik und Systemintegration auszeichnen. Der Ehrenpreis wird seit 2004 im Rahmen der Prolight + Sound verliehen.



OPUS FÜR MILKY CHANCE + ONE

**DIE GEWINNER DES DEUTSCHEN BÜHNENPREISES
OPUS 2018 STEHEN FEST.**

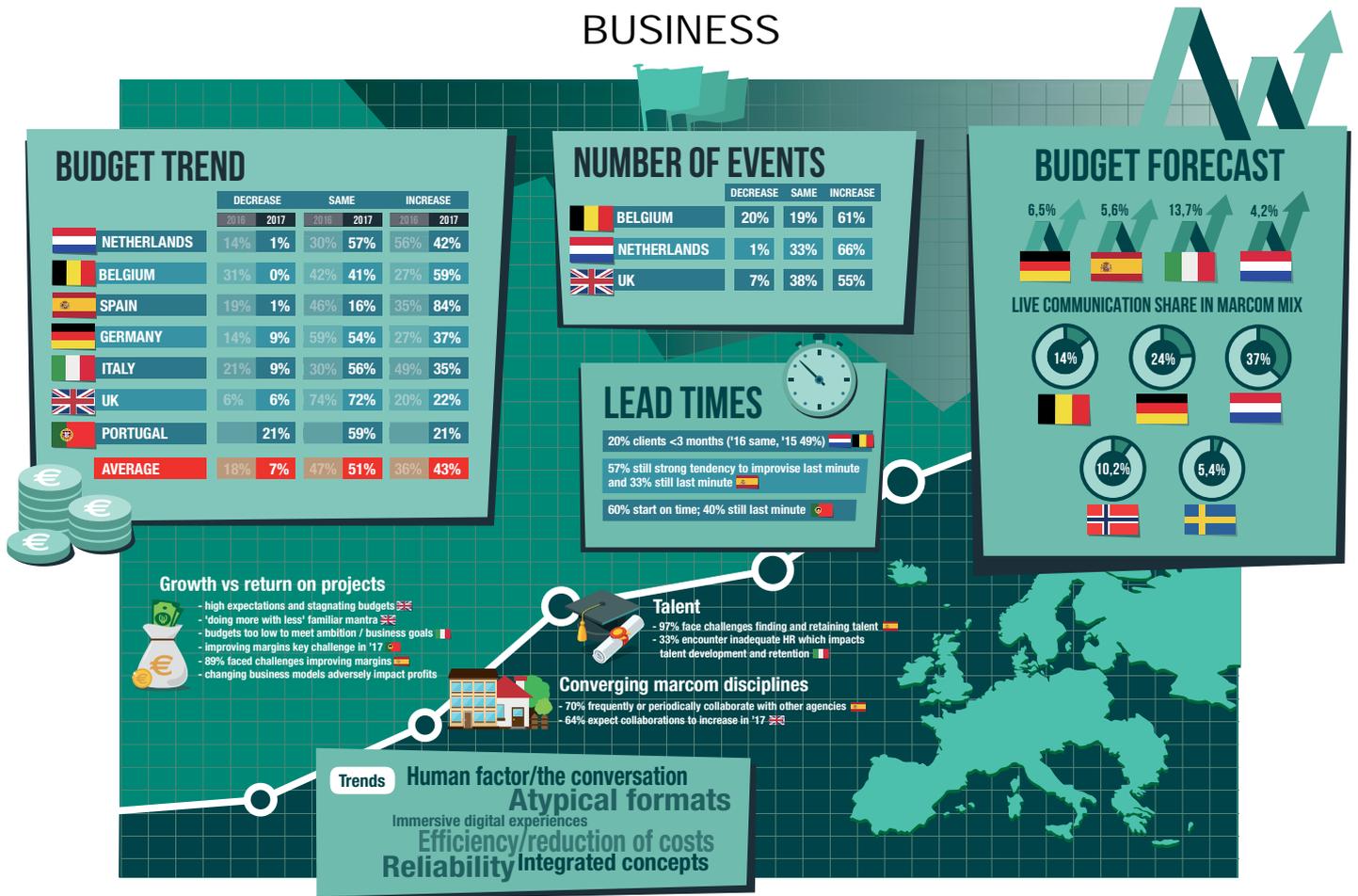
Siegerprojekte sind die „The One Grand Show“ im Berliner Friedrichstadt-Palast sowie die „The Blossom Tour“ der deutschen Pop-Band Milky Chance. Mit dem Opus werden jährlich besondere Leistungen auf dem Gebiet der Theater- und Bühnenproduktion prämiert. Die Preisvergabe erfolgt am 12. April im Rahmen der Prolight + Sound

Große Aufmerksamkeit in der internationalen Theaterszene erhielt „The One“ durch die Zusammenarbeit mit dem französischen Star-Designer Jean Paul Gaultier. Über 500 opulente Kostüme kreieren ein Meer aus Farben und Eindrücken auf der größten Theaterbühne der Welt. Neben den beeindruckenden Choreographien aus Tanz, Artistik und Gesang überzeugte die Opus-Jury besonders die technisch aufwändige Inszenierung. Auffälligster Bestandteil des Bühnenbildes sind vier dreidimensionale Dekorele-

mente, die mit ihrer optisch durchlöchernten Oberfläche eine Reminiszenz an einen alten, maroden Theatersaal erzeugen.

Darüber hinaus besticht die Inszenierung durch den kreativen Einsatz von Spezialeffekten wie Schwarzlicht, Feuer, Wasser und Nebel. „The One“ gewinnt in der Kategorie „Technische Realisation - Festinstallation“.

Ungewöhnlich waren die Auftritte von Milky Chance auf ihrer „The Blossom Tour“, untermalt von einem ebenso außergewöhnlichen wie individuellen Bühnen- und Lichtdesign von Jojo Tilmann. Trotz eines limitierten Budgets und hoher logistischer Anforderungen wurde eine Show gestaltet, die mit reduzierten Mitteln ein hohes Maß an Flexibilität bietet. Sie schafft ebenso dichte wie spannende Bilder, die mit der Musik zu einer Einheit verschmelzen. und gewinnt in der Kategorie „Production Design – Tournee“.



„MEHR TUN FÜR WENIGER“

DIE ZWEITE AUSGABE DER EUROPaweITEN UMFRAGE DER LIVE COMMUNICATION BRANCHE, DIE DATEN AUS NEUN LÄNDERN VERWENDET, HAT ERNEUT POSITIVE WACHSTUMSTRENDS AUFGEZEIGT.

Durchschnittlich 94 % der Befragten erwarten, dass das Budget auf sieben Schlüsselmärkten wächst oder gleich bleiben wird.

Die Livecom Alliance European Industry Survey 2017 erfasst vorhandene Daten aus Belgien, Deutschland, Italien, den Niederlanden, Spanien, Schweden, Norwegen, Portugal und dem Vereinigten Königreich. Mehr Befragte erwarten, dass das Budget auf allen Märkten eher steigen als sinken wird. Belgien (59 %) und Spanien (84 %) haben die höchste Zahl von Befragten, die mit einer Erhöhung des Budgets rechnen.

Die Quote des erwarteten Budget-Wachstums ist in Italien (13,7 %) höher als in Deutschland (6,5 %), Spanien (5,6 %) und den Niederlanden (4,2 %). Sieben Länder zeigen erhebliche Wachstumserwartungen für Veranstaltungen; durchschnittlich 43 %. Das Budget für Event-

marketing steigt um 4,2 % bis 13,7 %. In drei Ländern nimmt die Zahl der Veranstaltungen zu. Und Live Communication und Veranstaltungen machen in vier Ländern einen erheblichen Teil des gesamten Marcom-Budgets aus.

Die Kehrseite der (Wachstums-) Medaille ist ein anhaltender Druck auf die Projektmargen. „Mehr tun für weniger“, getrieben von Effizienz und Kostensenkung, bleibt ein bekanntes Mantra. Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Geschäftsmodells, das sich an den Branchentrends und Kundenbedürfnissen orientiert, wirkt sich auch auf die Ergebnisse aus. Unterdessen setzen komprimierte Lieferzeiten Mitarbeiter und Moral immer noch unter Druck.

Die Livecom Alliance ist ein europaweites Netzwerk von Experten für Live Communication, hauptsächlich CEOs und Vorsitzende.

Lock it...

**... Morrison, Lennon
und Cobain triffst du
noch früh genug!**



Rigging mit PSA. Cleverer ist das!

www.vbg.de/rigging

DTHG

VPLT.

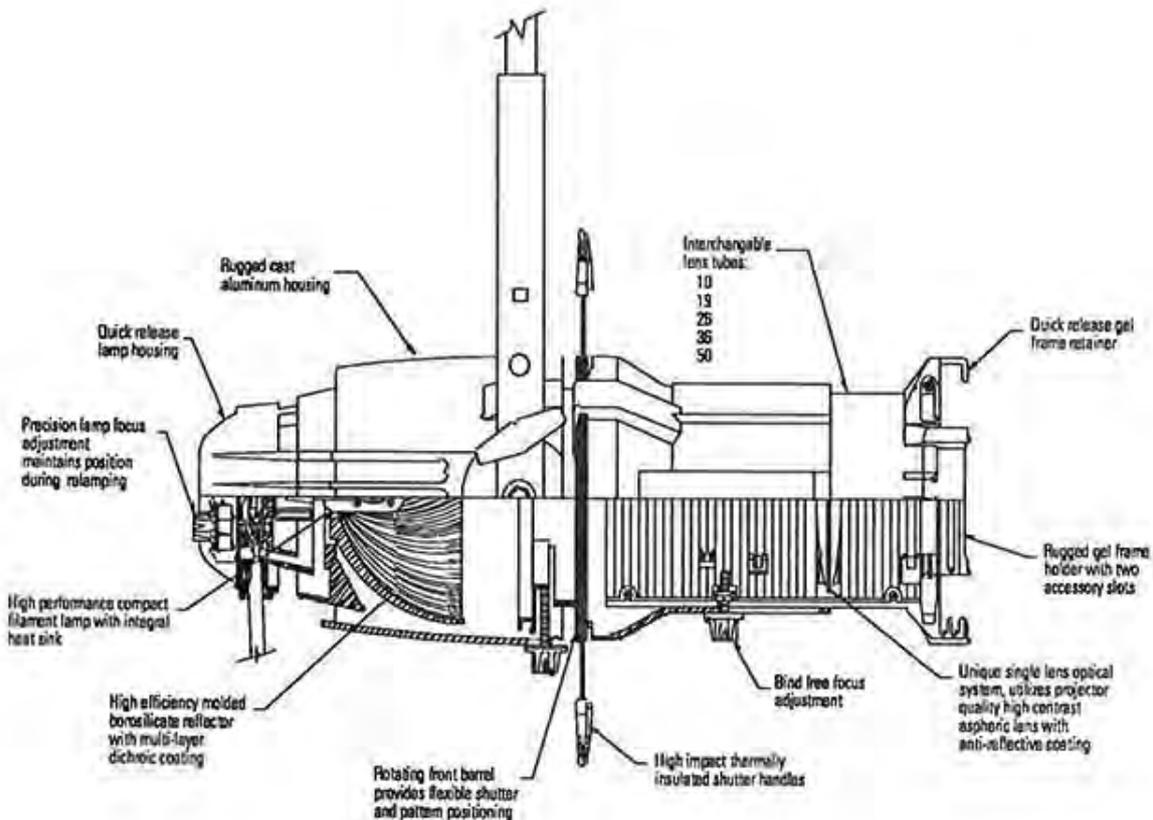
 **VBG**

Ihre gesetzliche
Unfallversicherung

NOW!

BUSINESS

SOURCE FOUR



DER SOURCE FOUR WIRD 25

IM NOVEMBER FEIERTE DER SOURCE FOUR SCHEINWERFER VON ETC SEINEN 25. GEBURTSTAG. ZUR DIESJÄHRIGEN LDI WÜRDIGTE ETC DIESES JUBILÄUM MIT EINER MULTIMEDIALEN, INTERAKTIVEN AKTION.

ETC CEO Fred Foster erinnert sich an seine erste Begegnung mit dem Source Four: „Als ich den Source Four das erste Mal sah, bestand er nur aus einem HPL-Leuchtmittel, einem Glas-Reflektor und einem Objektiv auf einer optischen Bank in Dave Cunninghams Labor. Dennoch war er um rund 40 Prozent heller als ein 1000 Watt-Scheinwerfer, benötigte selbst aber nur 575 Watt. Ich war seinerzeit schwer beeindruckt!“

Ellen White, Outreach and Training Specialist bei ETC, war in dem besagten Jahr 1992 Augenzeugin der Source-Four-Premiere: „Wir haben drei neue Produkte vorgestellt, und wir alle

waren damals davon überzeugt, dass die neuen Sensor-Dimmer und die Obsession-Konsole beim Fachpublikum für Furore sorgen werden.“ Es kam aber anders. Der Source Four habe schon bei der morgendlichen Vorstellung für Begeisterung gesorgt. Seit jener Premiere hat ETC knapp 3,8 Millionen Source Four Scheinwerfer verkauft.

Mit einem Crowdsourcing-Videoprojekt sammelte ETC diverse Bilder, die den Einsatz der Source Four Scheinwerfer über die Jahre hinweg zeigen und produzierte daraus ein Video, das die Langlebigkeit der Scheinwerfer dokumentiert.



DIE GEWINNER

**HOCHSTIMMUNG IN DEN WESTFALENHALLEN DORTMUND:
WIE IN JEDEM JAHR WURDEN WÄHREND DER BEST OF EVENTS
DIE BEA AWARDS, VERLIEHEN.**

Die Gewinner wurden für die kreativen Aspekte und die Zielorientierung von Eventprojekten im Kontext der Marketing- und Unternehmenskommunikation ausgezeichnet.

Die Jury setzte sich aus Vertretern aus Unternehmen, Agenturen und dem Servicebereich zusammen. Der BEA 2018 war in den Kategorien Corporate Event, Motivationsevent, PR-/Medien-Event, Brand Event, Konzept Award und Production Award ausgeschrieben. Nachfolgend die Preisträger und Nominees des BEA Award 2018:

BEA Corporate Event: 1. Platz: 125 Jahre ABB in der Schweiz, Einreicher: Standing Ovation, Kunde: ABB Asea Brown Boveri; 2. Platz: 150 Jahre Tengemann (Festakt), Einreicher: Matt Circus, Kunde: Tengemann; 3. Platz: Fraunhofer Jahrestagung 2017, Einreicher: Onliveline, Kunde: Fraunhofer-Gesellschaft

BEA Brandevent: 1. Platz: Audi Summit 2017, Einreicher: Creators, Kunde: Audi; 2. Platz: Eröffnungskampagne Ikea Wuppertal, Einreicher:

Initialwerk, Kunde: Ikea; 3. Platz: C-HR Berlin Festival, Einreicher: Marbet, Kunde: Toyota

BEA Motivationsevent: 1. Platz: Covestro Innovation Celebration EMEA 2017, Einreicher: Ins-
glück, Kunde: Covestro; 2. Platz: European Commercial Meeting, Einreicher: Trendhouse, Kunde: Daiichi Sankyo Europe; 3. Platz: Global Training Experience Smart Electric Drive 2017, Einreicher: Stagg & Friends, Kunde: Daimler

BEA PR-/Medien Event: 1. Platz: Hottrends Xhibition 2017, Einreicher: Marbet, Kunde: L'Oréal Deutschland; 2. Platz: Bosch Mobility Experience, Einreicher: U-Motions, Kunde: Robert Bosch; 3. Platz: Fraunhofer Jahrestagung 2017, Einreicher: Onliveline, Kunde: Fraunhofer

BEA Production Award: 1. Platz: Brand Show Audi Summit 2017, Einreicher: Creators, Kunde: Audi (Foto); 2. Platz: Deutscher Pavillon Expo 2017 Astana „Energy on track“, Einreicher: Ins-
glück, Kunde: Hamburg Messe; 3. Platz: Train The Trainer Cayenne E3 Reveal Show. Einreicher: New.Ego Live, Kunde: Porsche

NOW!

BUSINESS



THE KNIGHTS OF ILLUMINATION

**THIS YEAR'S „KNIGHTS OF ILLUMINATION (KOI) AWARDS“,
HELD AT LONDON'S EVENTIM APOLLO
MARKED THE KOI AWARDS' TENTH ANNIVERSARY.**

Among the successful ALD members in the Theatre section of the Awards, Richard Howell won The ADB Theatre Award for Plays for his design for „Guards at the Taj“ at The Bush Theatre. David Hersey, fellow and former chairman of the ALD, scooped The PRG XL Video Theatre Award for Musicals with his design for „Fiddler on the Roof“ in Chichester, whilst The Robert Juliat Theatre Award for Opera went to Simon Corder for his „claustrophobic“ and „suffocating“ lighting of Opera Holland Park's „The Queen of Spades“.

In the television category, Bernie Davis received a sword for his work on the BBC1's „Festival of Remembrance“, praised for creating a 'reflective and powerful atmosphere'. Winning the STLD Award, STLD and ALD member, Ross Wil-

liams, has given of his programming excellence and support on many projects.

The Enrico Caironi Lifetime Recognition Award, named in memory of Clay Paky's former commercial director, one of the instigators of KOI, was a particular highlight in this landmark year for the Awards. Presented by ALD President, Richard Pilbrow, the award was bestowed upon ALD Fellow and current Vice President of the ALD, Rick Fisher (photo). Fisher was chairman of the ALD from 1995 to 2011 and led with a clear and positive vision encouraging more structure and purpose within the association. Still serving as Vice President, Fisher continues to advocate for improved fees, contract and working conditions for his peers in lighting and video design.



LED TMH-41 Hypno
No. 51785895

LED TMH-61 Hypno
No. 51785896



eurolite®
**LED TMH
HYPNO**
Moving-Head

Unique look – unique effect!

- Hypno rings with bright SMD LEDs
- Hypno rings with stepless RGB color mixture
- **TMH-41 spot** light with 30 watt COB LED (white) color and gobo wheel
- **TMH-61 beam** light with 60 watt COB LED (RGBW)



AUSGLEICHSZAHLUNGEN: EQUIPMENT PRÜFEN

WER DRAHTLOSE PRODUKTIONSTECHNIK BETREIBT, SOLLTE SICH ÜBER DIE MÖGLICHKEIT EINER ENTSCHÄDIGUNGSZAHLUNG INFORMIEREN UND PRÜFEN, OB IM EIGENEN FALL DIE VORAUSSETZUNGEN GEGEBEN SIND.

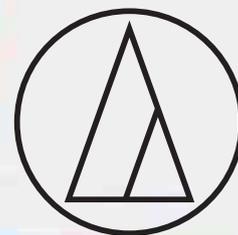
Ab 2019 können Frequenzen im Bereich zwischen 694 MHz und 790 MHz aufgrund der Digitalen Dividende II nicht mehr durch drahtlose Produktionsmittel (PMSE-Funkanwendungen) genutzt werden. Auch im Spektrum zwischen 470 MHz und 694 MHz sind wegen der Umstellung auf DVB-T2 HD vermehrt Störungen zu erwarten.

Eine Kompensationszahlung kann für Geräte beantragt werden, die im 700-MHz-Band (694 bis 790 MHz) arbeiten, auch wenn sie im Einzelfall nicht unmittelbar von Störungen betroffen sind. Geräte, die im Bereich zwischen 470 und 694 MHz betrieben werden, sind lediglich dann meldefähig, wenn sie in ihrer Funktion durch die

Umstellung der TV-Sender auf DVB-T2 HD beeinträchtigt werden. Der Anschaffungswert muss mindestens 410 Euro betragen, und der Erwerb muss zwischen dem 01.12.2012 und dem 31.03.2015 (Unternehmen, Vereine, Privatpersonen) bzw. dem 01.01.1997 und dem 31.03.2015 (gemeinnützige, mildtätige, kirchliche, staatliche, öffentlich-rechtliche Einrichtungen sowie Organisationen mit überwiegend öffentlicher Finanzierung) erfolgt sein.

Der Eigentumsnachweis ist durch einen Kaufbeleg (Rechnung) oder einen vergleichbaren Beleg wie etwa eine Schenkungsvereinbarung beizubringen.

<https://antrag-bvbs.bund.de/web/antrag-bav>



Ein neues Kapitel im Conferencing

ATUC-50 digitales Conferencing-System mit vielfältigen Möglichkeiten

5 YEAR WARRANTY

Die Sprache ist das schnellste und wirksamste Werkzeug, um Ideen auszutauschen – unabhängig von Besprechungsräumen, Klassenzimmern, Hör- und Gerichtssälen oder wo immer Sie klarste Verständlichkeit benötigen. Was auch immer Ihre Diskussion benötigt: das **ATUC-50** wurde designt, um Ihnen ein verlässlicher Partner mit unglaublicher Verständlichkeit in Bezug auf Sprache, Klang und einfacher Bedienung zu sein. Wenn es gilt, klar und verständlich zu kommunizieren und die Bedienung einfach sein soll: Für diese Einsatzzwecke wurde das **ATUC-50** entwickelt. Ihre Meetings werden eine ungeahnte Effizienzsteigerung erfahren. - **Vereinbaren Sie einen Vorführtermin in Ihrem Hause. Telefon: +49 6134 - 25734 - 0.**



INTERNATIONALE SHOWCASES

DIE FÜHRENDE EUROPÄISCHE MUSIKMESSE INTEGRIERT ERSTMALS EIN SHOWCASE-ANGEBOT IN KOOPERATION MIT INTERNATIONALEN INITIATIVEN ZUR MUSIKFÖRDERUNG.

Während der Musikmesse 2018 und dem begleitenden Musikmesse Festival (11. bis 14. April 2018 in Frankfurt/Main) wird es Auftritte innovativer Acts sowie Networking-Events für Akteure aus unterschiedlichen Branchen im Bereich Musik und Entertainment geben.

Mit diesem Angebot baut die Musikmesse ihr Themenspektrum weiter aus und bringt Künstler, Profis aus der Musik- und Kreativbranche sowie Impulsgeber aus der Musikinstrumentenbranche zusammen - eine weitere Neuerung, nachdem erst kürzlich die Merch Days als neues Veranstaltungssegment bekannt gegeben wurden.

Bereits bestätigt sind Kooperationen mit der Initiative CEEntral Party – ein Zusammenschluss der Musik-Exportbüros mittel- und osteuropäi-

scher Länder wie Russland, Polen, Tschechien, Ungarn oder Estland – sowie dem irischen Showcase Festival und Music Summit You-bloom Dublin und dem luxemburgischen Musik-Exportbüro Music LX.

„Das Interesse der internationalen Exportbüros an der Musikmesse unterstreicht die Relevanz der Veranstaltung als internationale Plattform für das Entertainment- und Live-Geschäft. Von diesen neuen Partnerschaften profitieren alle Beteiligten: Zum einen leisten sie einen spannenden inhaltlichen Beitrag zum Rahmenprogramm, zum anderen ermöglichen sie wertvolle Begegnungen zwischen Ausstellern und Branchenakteuren aus wichtigen Märkten“, sagt Wolfgang Weyand, Director Business Relations & Entertainment für Musikmesse und Prolight + Sound.

PASSION

BUILT IN



Kling & Freitag steht mit Leidenschaft und Präzision für kompromisslose Audio-Qualität und 'German Engineering'.

Unser Antrieb ist es, Musik und Ton als unverfälschtes Klangerlebnis zu ermöglichen und technisch zu gewährleisten. Dafür steht jedes Produkt von Kling & Freitag – oder wie wir sagen: 'PASSION BUILT IN'.

Kling & Freitag GmbH | www.kling-freitag.de

KLING &
FREITAG

SOUND SYSTEMS

INVESTITIONEN



Gunnar Loose nutzt MQ 500 Stadium

Seit kurzem darf auch Gunnar Loose, Revolutionlights, das mit Preisen ausgezeichnete Vorzeigemodell aus dem Hause Chamsys, die MQ 500 Stadium, seine „Arbeitsmaschine“ nennen. Der renommierte und in der Branche angesehene Lichtdesigner von namhaften Bands wie Fettes Brot, Tim Bendzko, Kraftklub, Beatsteaks und vielen mehr setzt seit Jahren auf innovative Produkte nicht nur auf der Bühne sondern auch vor der Bühne.

Szenisch anspruchsvolle und dennoch einfach gehaltene Bühnen-Setups erfordern von Show zu Show eine vielseitige und zuverlässige Lösung der Bedienung. In diesem Bereich ist die MQ500 eine passende Konsole für Veranstaltungen jeder Größenordnung.

„Die Pultoberfläche ist deutlich komfortabler, als bei den Vorgängermodellen“, so Gunnar Loose.

www.focon-showtechnic.com

Audio Studio Nord kauft Claypaky

Audio Studio Nord hat jüngst seinen Materialpark um Claypaky Mythos und B-Eye K20 sowie Rush MH 5 Profile erweitert. Damit hat das Unternehmen aus Wilhelmshaven jetzt erneut in Produkte aus dem Lightpower Portfolio investiert, denn neben grandMA2 full-size Pulten gehören auch Major Stromverteiler und Martin Atomic 3000 bereits zum Bestand. Geschäftsführer Danny Rauchfleisch (rechts) und Mike Rauchfleisch (links), technischer Leiter und Mitinhaber des Audio Studio Nord, zeigten sich zufrieden. Der Mythos von Claypaky gehört zur Prima Serie und kombiniert in einem Gerät die Eigenschaften eines klassischen Spotlights, wie eine randscharfe Abbildung, mit denen eines Beam Lights, wie gute Mid-Air-Effekte. Dank seines 440 W Osram Leuchtmittels sind die Mid-Air-Effekte des Mythos gut zu sehen.

www.lightpower.de



BSS investiert in Ledium XR-3 MK2

Ende 2017 stellte Ledium die neue XR-3 MK2 Serie vor. Auch BSS Events Veranstaltungstechnik aus Hadamar in Hessen entschied sich, in 120 Panels der neuen hochauflösenden Outdoorserie zu investieren. Die Panels der XR-3 MK2 Serie zeichnen sich neben Ihrer IP65 Zertifizierung und Leuchtstärke auch durch den geringen Pixelabstand und hochwertige Verarbeitung aus. BSS Events ist eine von zahlreichen Firmen, die kürzlich in die XR-3 MK2 Serie investiert haben. Insgesamt wurden bereits 520 Panels aus diesem ersten Batch verkauft, weitere 400 Panels vorbestellt und teilweise schon reserviert. Durch die große Verfügbarkeit der Serie am Markt besteht für Firmen die Möglichkeit, eine große Anzahl an Panels mit gleicher Farbwiedergabe aufgrund desselben LED Batches dazu mieten zu können.

www.ledium.de

INVESTITIONEN

Neuer Look in Down Under

Bereits im letzten Jahr investierte Oceania, Neuseelands größter Technikdienstleister, in Material von GLP. Insgesamt 24 GLP Impression X4 L wurden geliefert und hatten auch direkt ihren ersten Einsatz bei der Tour der All Blacks – der neuseeländischen Rugby Nationalmannschaft. Der Auftakt der Tournee fand in Auckland im Eden Park statt. Im WM-Stadion sorgte Oceania nicht nur für Licht, Ton, Bühne und Trussing im Stadion selbst, sondern zusätzlich auch für die notwendige Technik und Crew für die gigantische Partymeile vor dem Stadion und verschiedene Aktionsflächen im Umfeld - insgesamt für mehr als 3000 Partygäste und fast 800 Quadratmeter Partyarea. „Zum Einsatz kamen neben den neu gelieferten Impression X4 L auch X4 Bars“, erläutert Simon Garrett (rechts), Geschäftsführer von Oceania, hier im Bild mit Chris McKenzie.

www.glp.de



Proteus Hybrid und Paladin erweitern

Die Multi Media Marketing & Event GmbH aus Münster erweiterte kürzlich den Materialbestand um 16 Proteus Hybrid und zwölf Paladin - und damit um zwei wetterfeste Hybrid-Modelle aus dem Hause Elation. Kein Zufall, wie Geschäftsführer Georg Reuber erläutert: „Wir investieren im Lichtbereich nur noch in IP-65-Geräte. Unabhängig davon spielt natürlich auch das Preis-/Leistungsverhältnis eine Rolle.“

Der preisgekrönte Proteus Hybrid ist ein IP-65-zertifizierter 3-in-1 Scheinwerfer, der als Beam-, Spot- oder Washlight genutzt werden.

Der Paladin kann wahlweise als Vollfarb-Stroboskop, Washlight, kräftiger Blinder oder als Effektlicht eingesetzt werden.

www.lmp.de

Neues von Stage-tec für Formosa TV

Stagetec Asia, Partnerunternehmen des Berliner Herstellers Stage Tec, hat zwei große Crescendo Platinum bei Formosa TV (FTV) in Taiwan installiert. Die beiden Konsolen verfügen über je 48 Fader und sind in jeweils ein Nexus-Audioroutingsystem mit Star-Router und Basisgeräten eingebunden. Zur Lieferung gehört auch ein mobiles Nexus-Basisgerät, das je nach Bedarf eingesetzt werden kann. Die fünf RMDQ-Baugruppen in den Netzwerken ermöglichen Konfigurationen mit bis zu 500 Audiokanälen. Selbst bei der Nutzung von 128 Summenbussen stehen ausreichend Audiokanäle zur Verfügung. Im Bild (v.l.): Herr Alvin (Oceanic Technology Corporation), Herr Chen (Tontechniker Formosa TV), Herr Henry (Projektleiter OTC), Advon Tan (Geschäftsführer Stagetec Asia), Cheng Chien Liu (FTV Chef-Audio-Direktor)

www.stagetec.com



INVESTITIONEN



Vulkan Event investiert in Robe

Mit Robe Spider, Pointe und Viva werden ab sofort die Veranstaltungen von Vulkan Event aus Thüringen in Szene gesetzt. Die umfangreiche Investition erfolgte bereits im vergangenen Jahr. Vulkan Geschäftsführer Thomas Illigen dazu: „Der Robe Spider ist nicht nur ein LED-Washlight neuester Generation. Mit seinen 18 x 30 W RGBW und der 1 x 60 W RGBW Multichip LED in Verbindung mit einem Zoombereich von 4° bis 50° ist er für jede Anwendung geeignet, egal ob sanfte Ausleuchtung, Einzelbeams oder Einzelpixelansteuerung.

Der Robe Pointe ist ein Beamspot, der mit einem Zoombereich von 2,5° bis 20° sowohl Beams als auch Projektionen darstellen kann.

Im Bild: Die Vulkan-Geschäftsführer Thomas Illigen (links) und Marko Demarczyk.

www.robelight.de

Sennheiser Digital 6000 bei Niclen

Die in Dortmund ansässige Niclen GmbH hat ihren umfangreichen Rental-Park im vergangenen Jahr mit Sennheiser Digital 6000 Systemen aufgestockt. Angeschafft wurde eine größere Zahl EM 6000 Dante Doppelpempfänger, zu denen SKM 6000 Handsender und SK 6000 Taschensender gehören. Als Kapseln stehen MMK 965 Großmembran-Echtkondensatormodelle (Niere/Super-niere) sowie dynamische MD 9235 Mikrofonköpfe mit nierenförmiger Richtcharakteristik und leichten Aluminium-Kupfer-Schwingspulen bereit. Die Ausstattung komplettieren bei Niclen L 6000 Ladegeräte sowie Akkupacks für die Hand- und Taschensender. Eine gute Funkabdeckung garantieren passive Sennheiser A 2003-UHF Richtantennen, die für 450 bis 960 MHz spezifiziert sind. Im Bild: Klaus Venne-mann (links) und Jörg Stöppler von Niclen
www.sennheiser.com



Kaiser Showtechnik investiert in SGM

Der Dry Hire Anbieter Kaiser Showtechnik aus Augsburg erweitert sein Produktportfolio um den SGM P10. Der Schweinwerfer von SGM Deutschland vollmundig mit dem Prädikat „brachial“ ausgestattet - setzt laut SGM-Geschäftsführer Michael Herweg neue Maßstäbe in der Veranstaltungstechnik. Durch seinen hohen Output, die vergleichsweise kompakte Bauform und die geschickt durchdachten Zubehörlinsen sei Kaiser Showtechnik die Entscheidung für die Investition nicht schwer gefallen.

Der Scheinwerfer ist als Washlight, Floodlight, Strobe und Pixelblinder einsetzbar, 48 High Power RGBW-LEDs mit je 24W sorgen für eine Lichtausbeute von 39.690 Lumen. Ebenso wie die anderen Produkte der P-Serie ist er mit Wireless DMX und RDM ausgestattet.

<http://de.sgmlight.com>

SMOKE FACTORY CARPET CRAWLER

NEU!
Ab jetzt
3 Jahre
Garantie!



Befüllt Ihre Tanzfläche in wenigen Sekunden
flächendeckend mit Bodennebel.

Mehr Infos unter www.carpetcrawler.de

www.smoke-factory.de
info@smoke-factory.de
Tel.: +49 511- 51 51 020

SMOKE FACTORY

FOG AND HAZE GENERATORS

KOOPERATIONEN**Padco + Eventsolution jetzt Full Service Anbieter**

Zwei Veranstaltungsdienstleister sind jetzt auch offiziell seit einem Jahr nur noch ein Unternehmen: Padco und Eventsolution sind zu einem Full Service Anbieter verschmolzen und firmieren jetzt unter dem Namen Padco

Eventsolution. Das Unternehmen erhofft sich die klassischen Synergieeffekte.

Padco und Eventsolution sind seit mehr als 20 Jahren im Veranstaltungsmarkt aktiv und haben in der jüngeren Vergangenheit bereits gemeinsam Projekte erfolgreich realisiert. Das neue Führungsteam besteht aus Guido Heller (links) und Arne Dulas (rechts), die verantwortlich für das strategische und operative Management sind und Jürgen van Thiel (Mitte), der sich um das Finanz- und Rechnungswesen sowie um das Personalmanagement kümmert. Zielgruppe für Padco Eventsolutions sind unter anderem Event-Agenturen, Touring-Unternehmen, Live Bands, Veranstalter von Musical-Tourneen, TV/Broadcast Studios, Clubs, Kulturzentren, Betreiber von Konzert- und Veranstaltungshallen, Messen, Kongresscenter und Stadien.

www.padco.de

**Riedel beteiligt sich an Simply-X**

Die Kooperationsvereinbarung zwischen Riedel und Simply-X ermöglicht zahlreiche Synergieeffekte im technischen, wirtschaftlichen und logistischen Bereich. Mit dieser Partnerschaft stärkt und vertieft Riedel sein Know-how in Bezug auf Access Control und ergänzt sein Leistungsspektrum im Vermietgeschäft um Cashless-Payment-Services. Zugleich schafft die enge Zusammenarbeit neue Impulse der Internationalisierung für das Unternehmen Simply-X und sein Produktportfolio, das u. a. Systeme für Zutrittskontrollen, bargeld- und kontaktloses Zahlen sowie Fan-Engagement umfasst. Das Bild zeigt Matthias Bode (links) und Thomas Riedel.

www.riedel.net

KOOPERATIONEN**Geänderte Vertriebsstruktur bei Prolyte**

Durch die Geschäftsaufgabe der Fischer Vertriebsgesellschaft in Bremen ist seit dem 1. Januar 2018 ein Vertriebspartner für Prolyte-Produkte in Deutschland weggefallen. Das Vertriebsteam Bühnentechnik der Firma Cast aus Hagen stellt sich seitdem darauf ein, auch Kunden, die bisher von Fischer beliefert worden sind, vollumfänglich zu betreuen. Cast ist seit über 25 Jahren Prolyte- und Stage Dex-Vertriebspartner. Zusätzlich ist das Unternehmen seit 2015 als europaweit einziges Prolyte Heavy Duty Truss Competence Center zertifiziert. Casts Team Prolyte (v.l.): Torsten Simsch, Jens Kannacher, Hüseyin Kartal, nicht im Bild: Björn Bock, Susanne Hill;

www.castinfo.de

**Ambisonic übernimmt Kling & Freitag Vertrieb in Schweden**

Der AV-Partner Ambisonic AB bietet Beratungs-, Vertriebs- und Personalverleihdienstleistungen für Tour-Produktionen, Broadcast und Postproduktion. Zusätzlich liegt der Fokus des Unternehmens im Verkauf von Pro Audio Equipment. Joseph Persson, Geschäftsführer Ambisonic zur neuen Premium Lautsprechermarke in seinem Hause: „Mit den K&F System Amps und dem integrierten Lake Processing haben wir die Möglichkeit, Systemlösungen im Touring oder bei Installationen zu ermöglichen.“ K&F-Geschäftsführer Jürgen Freitag: „Das junge Team wird unsere Marke ein gutes Stück bekannter machen.“ Im Bild: David Gunnardo (Verkauf, links) mit Joseph Persson

www.kling-freitag.de





Lang wird Distributor für Analog Way

Die Lang AG und Analog Way gaben jetzt ihre neue Vertriebsvereinbarung für Deutschland und Großbritannien bekannt. Bereits seit 2014 beliefert die Lang AG den Rental & Staging Sektor mit Premium-AV Prozessoren des französischen Herstellers Analog Way. Damit positioniert sich Lang als Komplettanbieter sowohl für das High-End-Segment im Rental Bereich als auch für die individuellen Anforderungen der Systemintegratoren. Seither ist die man auch als Service- und Schulungspartner für Analog Way-Produkte bekannt. Mit der neuen Vereinbarung stärkt Lang seine Position als Partner für Rental & Staging Unternehmen, Eventdienstleister, Systemintegratoren und AV-Einzelhändler.
www.lang-ag.com



Neuer Vertriebspartner in Kuwait

Stage Tec, der Berliner Hersteller professioneller Audiomischpulte und Router, will sich verstärkt in den Golfstaaten engagieren und baut sein Vertriebsnetz in der Region aus. Mit Romco, einem professionellen Audio-Spezialisten für Broadcast-Lösungen, konnte ein neuer Vertriebspartner mit Sitz in Kuwait gewonnen werden. Geschäftsführer Ali H. Al Roumi gehört schon zur zweiten Generation des Familienunternehmens, das 1972 gegründet wurde. „Wir sind überzeugt, dass Stage Tec der richtige Partner ist, um unser Portfolio mit Audio-Mischpulten und Netzwerktechnik zu ergänzen“, ist Roumi (links, im Bild mit Stagetec-Verlaufsleiter Alexander Nemes) überzeugt.
www.stagetec.com

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installationen

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände

Neue Eindrücke bei den FAMAB Awards

Jazzunique, Frankfurter Agentur für Erlebniskommunikation, übernahm 2017 die Bühnengestaltung bei der Verleihung der FAMAB Awards im Forum am Schlosspark in Ludwigsburg.



Mit dem wichtigsten nationalen Preis der Eventbranche werden besonders gelungene Projekte der Livekommunikation sowie in der temporären und permanenten Architektur gewürdigt. Der von einer unabhängigen Jury vergebene Award zeichnet integrierte Markenerlebnisse in den Bereichen Architecture, Event, Cross und Crafts aus. Zentrale Bewertungskriterien sind Umsetzungserfolg und Kreativität.

Als Gold-Sponsor übernahm Jazzunique die Bühnen-Gestaltung der Award-Zeremonie. Bei der Konzeption standen die Kreativen vor zwei Herausforderungen. Zum einen galt es, die Nominierten mit Rücksicht auf das knappe Zeitfenster zu inszenieren und zum anderen eine adäquate Präsentationsfläche für die Awardfilme zu

schaffen. Diese beiden Hauptansprüche konnten durch die Nutzung der gesamten Tiefe des Bühnenraums erfüllt werden, wodurch gleichzeitig eine völlig neue, ungewohnte Perspektive für die Zuschauer entstand.

Zwei Screens, die frei im Raum auf einer Spiegelfläche positioniert wurden, schufen zusätzlich visuelle Tiefe und sorgten bei den Zuschauern abhängig vom Sitzplatz für jeweils andere Bühneneindrücke. Mit dem Zusammenspiel von künstlerisch anspruchsvollem Mediencontent von Congaz, dem Lichtdesign von Björn Hermann sowie der formal minimierten, zurückhaltenden Gestaltung des Bühnenraums konnte für jeden Programmpunkt ein neuer Raum geschaffen werden.

Creatives and Engineers – From Vision to Live

Mit neuer und kompakter Unternehmensstruktur sowie einem runderneuerten Internetauftritt präsentiert sich Schoko Pro seit Ende 2017 als 360°-Anbieter für hochwertigste Live-Erlebnisse.

Wandel und Veränderung ist für jede Firma eine spannende und anspruchsvolle Herausforderung. Die Schoko Pro GmbH aus Wiesbaden ist branchenweit als Partner für Unternehmen und Industrie, Event-Agenturen, Mittelständler sowie namhafte Künstlern bekannt. In den frühen 80er Jahren als kleine Firma für Beschallung gegründet, wurden sukzessive relevante und neue Kompetenzen in die Firma integriert. Heute beschäftigt man mehr als 60 feste Mitarbeiter und hat einen festen Platz in der Veranstaltungsbranche.

Da sich die Branche schnell weiterentwickelt und höchste Ansprüche an ihre Dienstleister stellt, sollen seit Ende 2017 eine neue und kompakte Unternehmensstruktur sowie ein runderneuerter Internetauftritt dieser Entwicklung Rechnung tragen und das Unternehmen als 360°-Anbieter für hochwertigste Live-Erlebnisse präsentieren. Das operative Geschäft fußt ab sofort auf drei eigenständigen Units: Original: klassische Veranstaltungstechnik; Mechanic: Bühnentechnik, Sonderbauten und Kinetik sowie Di-

gital: Software Entwicklung, Medien und digitale Vernetzung.

Den Unterbau des operativen Geschäfts bildet der neu geschaffene Bereich Innovation und Konzeption. In engem Austausch mit den Units werden hier Trends verfolgt, Produkte marktreif entwickelt, Strategien gesponnen und frühe Konzeptphasen begleitet. Prokurist Wulf Issinger steht dieser Abteilung als Head of Innovation vor.

Ein neues Vertriebsteam um Prokurist und Verkaufsleiter Bernhard Görgen forciert die Neukundengewinnung und organisiert die regelmäßige Kommunikation mit den Bestandskunden. Ziel ist es, einen intensiven Austausch auch abseits vom Projektgeschäft zu ermöglichen.

Warum diese Runderneuerung nur konsequent ist, erläutert Gründer und Geschäftsführer Joachim Bruchhäuser: „Unsere Kunden kennen uns in der Regel als Partner für klassische Veranstaltungstechnik. Die Wahrheit ist aber: Wir haben viele Kompetenzen und bündeln diese jetzt in drei Säulen. Wir wollen unsere Markenidentität allen zeigen.“

Bernhard Görgen (links)
und **Wulf Issinger**
von Schokopro



„Sport im Stadtquartier“

Brand L entwickelt für das Team Urbane Mitte und Copro ein Kindersportevent



Mit Sport, Spiel und Spaß Kinderaugen zum Leuchten bringen und Herzen höherschlagen lassen - dieser Herausforderung stellte sich die Münchner Agentur für Markeninszenierung, Brand.L. In Zusammenarbeit mit Serviceplan Public Relations & Content entwickelten die Experten für Live-Kommunikation und klassische Kommunikation ein Kreativkonzept und setzten dieses mit der Steuerung sämtlicher Gewerke um.

Das Ergebnis: Rund 1800 Kinder im Alter zwischen sechs bis zwölf Jahren, ihre Familien sowie Anwohner vergnügten sich Ende 2017 auf dem kostenlosen Kindersportevent „Sport im Stadtquartier“ auf dem Areal „Urbane Mitte“ am Gleisdreieck in Berlin. Initiator und Gastgeber waren das Team Urbane Mitte und Copro. Philipp Boy, Europa- und Vizeweltmeister im Kunstturnen, gestaltete das Event als Sportbotschafter aktiv mit. Das Sportevent fand auf 1500 Quadratmetern der insgesamt 4,3 Hektar großen Brache nahe dem Potsdamer Platz statt, auf der zukünftig ein lebendiges Stadtquartier entstehen wird.

Bis zum Baubeginn nutzt Copro das gesamte Areal als Erlebnisraum für künftige Nutzungen. Mit solchen Pioniernutzungen stellen die Initiatoren das Grundstück „Urbane Mitte“ als Erlebnisraum für vielfältige Sport-, Kunst- und Kulturangebote vor.

Zahlreiche Spielstationen, wie beispielsweise Boulder-Turm, Bubble Soccer, Stuntman-Bahn, Bungee-Trampolin, Kettcar-Rennstrecke sowie ein Parcours-Workshop sorgten für vielfältige Sporterlebnisse und ausgelassenen Spielspaß. Alle Sport- und Spieleinheiten wurden von pädagogisch geschultem Personal betreut und waren professionell gesichert.

Aber nicht nur die Freude an der Bewegung standen beim Seilspringen, bei Hula-Hupp und anderen Spielaktionen im Vordergrund, denn jede Station enthielt einen pädagogischen Mehrwert. So konnten nebenbei Schlüsselkompetenzen, sogenannte soft skills, unter Beweis gestellt und trainiert werden - wie Geschicklichkeit, Koordinationsfähigkeit, Körperspannung, Mut und Selbstständigkeit.

**Robust.
Flexibel.
Zuverlässig.**

Unser Anspruch, qualitativ herausragende Kabel für jeden Einsatz herzustellen, ist seit 1995 ungebrochen.

Erleben Sie mit uns die Leidenschaft für wirklich gute Kabel.

Cordial - we are cable





Balich Worldwide Shows e Opera on Ice

Creative Director: **Marco Balich**

Director: **Damiano Michieletto**

Costume Designer: **Chiara Ferragni**

Music Composer: **John Metcalfe**

Head of Choreography: **Nathan Clarke**

Set Designer: **Paolo Fantin**

Orchestra Conductor: **Alessandro Cadario**

Light Designer: **Alessandro Carletti**

Executive Producer: **Gianmaria Serra**

Project Manager: **Michele Telaro**

Intimissimi On Ice

The show „Intimissimi On Ice“ came back for the fourth consecutive year at the Arena of Verona with the most famous ice skaters in the world and the greatest talents of lyrical and pop music for two sold out live shows, marked by the Italian style.

With „A Legend of Beauty“ the audience could live the most authentic experience in the classic arena concept thanks to a brand-new stage design. For the first time the audience lived a 360° experience, in an edition where femininity has more than ever taken the centre of the stage.

A stellar cast with the finest figure skating champions in the world as protagonists. Evgeni Plushenko, Shizuka Arakawa and Stéphanie Lambiel, together with a rich cast of international talents and special guest Andrea Bocelli. The stories of classical mythology came to life

with a modern twist. From Venus to Helen of Troy, from Circe the sorceress to Medusa, the female characters of Greek myths are the protagonists of a series of scenes depicting the emotions and passions of contemporary women, dressed for the occasion with costumes by Chiara Ferragni, the most renowned Italian fashion influencer.

The show was directed by Damiano Michieletto, defined by the Creative Director Marco Balich: „One of the most interesting talents of the new generation of opera and theatre directors“.





Große Bühne für Steitz Secura

Atelier Seitz hat für die Traditionsmarke Steitz Secura das neue Markenbild mit der Kampagne „spuren.hinterlassen.com“ in der dreidimensionalen Welt eines Messestandes inszeniert. Steitz Secura ist spezialisiert auf die Herstellung von Sicherheitsschuhen.

Im Mittelpunkt der Standarchitektur steht ein schwarzer Kubus, auf dem die beleuchtete, rote Markenpräsentation wie farbige Scheinwerfer über einem dunklen Theatervorhang wirkt.

Der stilisierte Vorhang öffnet sich an einer Stange, in imposanter Breite und voller Bauhöhe, über zwei Stockwerke, mit einer raumgreifenden und einladenden, szenografischen Gestalt: Sie zieht das Fachpublikum auf die Bühne der Markenwelt, die das neue Markenverständnis und eine absolute Innovationsoffensive präsentiert.

Durch den optischen Vorhang eröffnet sich für die Besucher der Blick auf eine imposante, konisch zulaufende Treppe in den zweiten Stock.

Das Highlight des Markenfoyers bildet eine skulpturale Inszenierung aus 600 schwebenden Elementen, deren untere Reihen einer optisch schwerelosen Produktpräsentation dienen. „Das ist keine Messe-Präsentation. Das ist Kunst“, freute sich denn auch Thomas Wagner, Marketingleiter bei Steitz Secura.

In einem Bogen verläuft die Vertikale der Skulptur und scheint wie ein Schwarm in das obere Stockwerk zu entschwinden. Je nach Betrachtungswinkel bilden die Einzelelemente einen Farbverlauf von rot nach weiß. Durch den speziell entwickelten Algorithmus, der sowohl die Neigung der Platten, als auch die horizontale und vertikale Bewegung steuert, spielt die Skulptur auf den menschlichen Skelettapparat an. Jedes Skelettbauteil hängt vom anderen ab und gibt in Folge die Bewegung des nächsten vor.

Im Erdgeschoß erlauben drei zusätzliche offene Seiten Einblicke in die Bühnenarchitektur, hinter den Kulissen erlebten die Besucher eine Weltpremiere im Bereich der dynamischen Fußvermessung und Schuhproduktion: Auf Basis eines 3D-Fuß-Scans wurden für die teilnehmenden Besucher direkt auf dem Messegelände individuelle Sicherheitsschuhe gefertigt. Die Inszenierung, angelehnt an die Theaterwelt, wurde auf 302 qm zweigeschossig umgesetzt und auf der Fachmesse A+A 2017 präsentiert.

Mehr Effekt durch passende Formate

Die Anforderungen an Tagungen sind permanent im Wandel. Vielfältigkeit, Unterhaltungswert und inhaltliche Gestaltung werden dabei umso wichtiger. Quantität der verwendeten Formate sorgt dabei nicht automatisch für Qualität. Unter dem Titel „Pinkpaper“ stellt **Guido Gutenstein**, Berater Concept & Business Development der Agentur Jazzunique, interaktive Tagungsformate vor, die dafür sorgen, dass die Botschaft langfristig und nachhaltig in den Köpfen der Teilnehmer bleibt.

Erfolgreiche Meetings basieren im Wesentlichen auf fünf Faktoren: Effizienz, Abwechslung, Netzwerken, Ergebnis und die zielführende Mitwirkung der Teilnehmer in einem motivierenden Umfeld.

Im Fokus steht dabei immer das Zusammenreffen von Mitarbeitern, Kunden oder Partnern - sei es für den qualifizierten Meinungsaustausch, zur Information, zur Lösung anstehender Probleme oder zur Entwicklung neuer Strategien. Dabei gilt: Erlebnisorientierte Aktivitäten unterstützen die Tagungsinhalte und fördern die Zielerreichung. Die Inhalte Ihrer Tagung wirken umso nachhaltiger, je mehr sie in ein interaktives Gesamtkonzept eingebunden sind. Durch das Involvement der Teilnehmer in wichtige Entscheidungen fühlen sich diese wertgeschätzt und wahrgenommen. So unterstützen sie gerne bei der Umsetzung gemeinsam erarbeiteter Strategien und Ziele.

Plenum 3.0 – Raus aus der eindirektionalen Schüler-Lehrer-Perspektive

Treffpunkt: 9 Uhr. 1. Handlung: Der Griff zur starken Tasse Kaffee, die vorm Einschlafen während des darauffolgenden Vortrags bewahrt. Denn dieser geht über 90 - 120 unendlich lange Minuten mit gefühlt 350 schlecht gestalteten und mit Text überladenen Power Point Charts. Stets bleibt die Hoffnung, dass das Ende naht. So oder vergleichbar dramatisch sieht nicht selten die Realität deutscher Tagungsformate aus. Der Redner sollte sich trauen, eingefahrene Strukturen zu brechen und den Ablauf seines Meetings anders zu gestalten. Man sollte den reinen Informationsaustausch auf VOR die Veranstaltung verlegen und es den Teilnehmern selbst überlassen, sich durch bereitgestellte

Unterlagen individuell auf das Tagungsthema einzugrooven. So kann man die gemeinsame Zeit vor Ort nutzen, um in der Gruppe zu diskutieren, aktiv zu werden und zu netzwerken. Was glauben Sie, wie effizient der gemeinsame Austausch in der ersten Kaffeepause dann verläuft?

Slam – Der beste Vortrag gewinnt

Geeignet für Für 20 bis 1000 Gäste

Die Bezeichnung Slam stammt vom „Science Slam“ ab. Es handelt sich dabei um einen Wettbewerb zwischen mehreren Vortragenden, die für Ihren Vortrag jeweils 10 Minuten Zeit haben und dabei alle erdenklichen Hilfsmittel benutzen dürfen. Am Ende entscheidet das Publikum, welche der Darbietungen die Beste war. Dieses dynamische Format zeichnet sich durch eine hervorragende Resonanz und hohe Wirksamkeit aus. Schnelle und interessante Wissensvermittlung stehen dabei im Vordergrund und verhelfen Themen auf ungewöhnliche Weise zu mehr Aufmerksamkeit.

Der erhöhte Einsatz der eigenen Fantasie und die mit dem Vortrag verbundenen Emotionen machen den Slam vor allem beim Start einer Tagung oder als Auflockerung nach der Mittagspause besonders interessant. Verstärken lässt sich dieses hoch aktuelle Format durch das Voten über passende Smartphone Apps oder vergleichbare Mittel.

Speed Geeking – Schneller Wissenstransfer ganz persönlich

Für 12 bis 100 Personen

Mit Speed Geeking sorgt man bei Mitarbeitern und Kollegen gleich zu Beginn seiner Veranstaltung für besonders hohe Aufmerksamkeit. Man bildet aus allen Beteiligten Kleinstgruppen von jeweils 4 bis 6 Personen. Jeder Gruppe gewährt man einen oder mehrere Kurzvorträge à 4 Minuten plus eine weitere Minute für das Beantworten von Verständnisfragen, anschließend rotieren die Gruppen zu einem neuen Redner. Die



Teilnehmer sind gezwungen, das jeweilige Thema im Kern zu erfassen und auf den Punkt zu bringen. Durch diese Pointierung und den persönlichen Charakter des Formats bleibt die Aufmerksamkeit auch bei den Zuhörern auf dem höchstmöglichen Level. Intensiver kann man Inhalte in so kurzer Zeit nicht vermitteln. Das Format stammt übrigens ursprünglich aus der amerikanischen Hackerszene - daher auch der Name. Es diente dazu, die Eindrücke und Kenntnisse zahlreicher Spezialisten in kürzester Zeit an Kollegen weiterzugeben und sie auf diese Weise schnellstmöglich zu Insidern zu machen.

Pecha Kucha – Die große, schnelle Bühnenshow

Für bis zu 500 Gäste und 20 Redner

Bei dieser von „Klein Dytham Architecture“ in Tokio stammenden Vortragstechnik werden die zu einem mündlichen Vortrag gehörenden Bilder an eine Wand projiziert. Bildauswahl und Reihenfolge werden dabei von den Vortragenden selbst festgelegt. Die Anzahl der Bilder ist mit 20 Stück jedoch ebenso vorgegeben wie die 20-sekündige Dauer der Projektionszeit je Bild. Nach exakt 6 Minuten und 40 Sekunden ist der Vortrag zu Ende. Mehrere Vorträge hintereinander

VOID

CHANGING THE WAY
YOU LOOK AT MUSIC



VISIT US

BOOTH 3.1 C65

prolight+sound

EVENT*
INTEGRATOR

EVENT-INTEGRATOR.DE

VOIDACOUSTICS.DE



werden in so genannten „Pecha Kucha Nights“ (PKN) vorgetragen.

Pecha Kucha ist eine Gelegenheit, interessante Projekte von Kollegen zu hören, mit ihnen zu diskutieren und sich inspirieren zu lassen. Im Schnelldurchgang können die Teilnehmer dabei ihre jeweiligen Ideen, Projekte, Konzepte, Strategien, Geschichten oder Anliegen vortragen. Um die Veranstaltung zu bereichern und neuen Input einzubringen, sollte man - je nach Anlass und Thema - auch externe Redner wie Wissenschaftler, Unternehmer oder Geschichtenerzähler einbinden. Pecha Kucha ist eine ideale Vorlage für ein spannendes Networking.

Appreciative Inquiry – Die eigenen Stärken als Vorteil nutzen

Für 12 bis 100 Personen

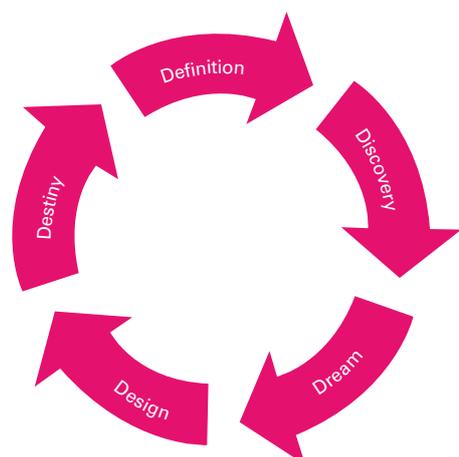
Das Format Appreciative Inquiry (AI) geht von dem enormen visionären und kreativen Potenzial aus, das in jedem von uns schlummert. Das Format eignet sich vor allem für die Team- und Organisationsentwicklung. Es hilft dabei, eigene Stärken bzw. die des Unternehmens zu erkennen und optimal zu nutzen. Voraussetzung für die gelungene Anwendung von AI ist die positive Haltung und die konstruktive Denkweise sämtlicher Teilnehmer. Nur dann gewährleistet es bestmögliche Resonanz und höchstmögliche Effizienz, ganz egal für welche Hierarchieebene des Unternehmens. Bei AI ist jedes Teammitglied aufgefordert, sich bestmöglich einzubringen und mutig Neues zu wagen. Diese positive

Dynamik fördert automatisch die Identifizierung elementarer Erfolgsfaktoren des Unternehmens und lässt neue Visionen entstehen. Im Team werden anschließend Wege ermittelt, um diese Visionen zu realisieren und diese später im gemeinsamen Arbeitsalltag anzuwenden. AI gliedert sich somit in fünf Arbeitsphasen:

- Definition (das Thema definieren)
- Discovery (Erfolge verstehen)
- Dream (Visionen entwickeln)
- Design (Zukunft gestalten)
- Destiny (Zukunft verwirklichen)

Für Owner, die es ernst meinen und die Bereitschaft für das Gute sehen Appreciative Inquiry trägt dazu bei, die Einstellungen, Verhaltensweisen, Fähigkeiten, das Selbstbewusstsein und die Leistungen eines Teams radikal weiterzuentwickeln und die Zukunft eines Unternehmens neu zu gestalten. Appreciative Inquiry eignet sich vor allem:

- bei der Weiterentwicklung Ihres Kundenservices
- um unterschiedliche Hierarchieebenen konstruktiv miteinander arbeiten zu lassen
- um unterschiedlichste Teams zusammenzuführen
- um die Leistungsfähigkeit jedes Einzelnen sowie der gesamten Organisation zu steigern
- um Zukunftsvisionen zu generieren und zu etablieren
- um neue strategische Ziele zu definieren
- um gemeinsam an neuen Leitbildern zu arbeiten
- um interne Abläufe zu verbessern
- um bereits vorhandene Ideen zu reproduzieren
- um nach einer Fusion gemeinsam durchzustarten



Battle der Szenarien – Future by Co-Creation

Für 20 bis 200 Personen

Chefs, Kollegen - Kritiker oder Befürworter - diskutieren im Rahmen dieses Formats über das gemeinsame Gestalten der Zukunft. In der Zukunft wird immer mehr machbar - die Möglichkeiten wachsen und wachsen. Die vielen Optionen bringen allerdings auch die Qual der Wahl mit sich. Selbst alltägliche Entscheidungen scheinen plötzlich komplex. Und für viele grundlegende Fragen gibt es weder Ratgeber noch Entscheidungsseminare. Also heißt es, die Antworten selber zu finden.

Gemeinsam mit Philosophen, Wissenschaftlern, Experten, Vordenkern und Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft liefern sich die Teilnehmer hierbei ein Battle der Szenarien des Alltags von morgen. Dabei geht es darum, zu diskutieren, was wünschenswert ist und zu definieren, wo Grenzen erforderlich sind. Denn die

Folgen der aktuellen Entwicklungen betreffen die Zukunft aller. Die Verantwortung dafür liegt allerdings allein bei uns.

Das Battle der Szenarien bietet die Chance, sich ganz weit von alltäglichen Zwängen zu bewegen. Die Einbindung von artfremden, unternehmensfremden, aber hoch interessanten Persönlichkeiten hilft, neue Visionen zu generieren und sie systematisch zu entwickeln.

Fishbowl – Aktivierung aller Teilnehmer, unabhängig von der Hierarchie

Für bis zu 30 Personen

Fishbowl ist eine Methode der Diskussionsführung in großen Gruppen. Ihren Namen verdankt sie ihrer charakteristischen kreisförmigen Sitzordnung. In der Mitte selbst sitzt eine kleine Diskussionsgruppe. Alle anderen Teilnehmer sitzen darum - wie um ein großes Goldfischglas. Der große Unterschied zum Fischglas: Zwischen den beiden Kreisen gibt es keine Barriere. Die Außensitzenden Teilnehmer dürfen jederzeit ins

„Innere“, d.h. in die Diskussion, eingreifen. Dabei ist jeder Einzelne aufgefordert, jederzeit konzentriert zuzuhören, für die Argumente der jeweils anderen offen zu sein und seine Beiträge situationsgerecht und mit Bedacht zu artikulieren.

Hat ein Teilnehmer des äußeren Kreises Interesse daran, in den inneren Kreis zu wechseln, kann er dies jederzeit, indem er sich hinter einem der innersitzenden Teilnehmer platziert. Dieser ist dann aufgefordert, den Platz, nach dem Ausführen seines Satzes, frei zu machen. Durch diesen eindirektionalen, hierarchiefreien Umgang gewährleistet Fishbowl einen äußerst demokratischen, toleranten, die gewohnten Grenzen deutlich überschreitenden Gedankenaustausch, fördert die Streitkultur und lässt auch solche Teilnehmer zu Wort kommen, die sich sonst eher bedeckt halten.

Auf diese Weise löst das Prinzip „Fishbowl“ wie selbstverständlich und über alle Hierarchiegrenzen hinweg die gängigsten Diskussions- und Streitprobleme und sorgt dafür, dass Mitarbeiter ernst genommen und etwaige Vorurteile und Feindbilder erkannt und gemeinsam aufgelöst werden.

Lunch - Gutes Essen macht gute Laune – Die richtige kulinarische Versorgung der Teilnehmer ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, den man nicht außer Acht lassen sollten. Auch Speisen können ein großartiger Gesprächsaufhänger sein, und sie bieten die Möglichkeit, Botschaften zu vermitteln.

Gasthaus zum Übermorgen – Kulinarische Visionen, die schmecken

An einer großen Tafel werden kulinarische Themen aufgetischt, die sich mit der Esskultur der Zukunft befassen. Nach einer kurzen inhaltlichen Einführung - zum Beispiel durch einen Koch oder einen Ernährungswissenschaftler - wird themenspezifisches Essen serviert. Die Auswahl der Themen bestimmt auch das Menü. Einige Beispiele hierfür wären:

Garen ohne zu kochen, der Hauptgang aus dem 3D-Drucker, Menü ohne Abfall, Sternekü-

che aus Speisen nach Ablauf des MHDs, Speisen unterschiedlichster Kulturen, Genmanipuliert vs. Bio, Speisen für den eigenen Jungbrunnen, Fette, die mehr Energie abbauen als zuführen.

Die Folge: Kulinarisch aufgeladen unterhalten sich die Teilnehmer ganz automatisch über die Zukunft unserer Ernährung und öffnen sich dabei gleichzeitig unternehmerischen Visionen und Herausforderungen.

Jeder Teilnehmer einer Tagung erwartet interessante Vorträge zu spannenden Themen und ausreichend Zeit für den persönlichen Austausch.

Man sollte Gäste deshalb mal mit einer auf die Tagungsinhalte abgestimmten Foodkonzeption überraschen. Denn gegessen wird immer – warum auch hier nicht ein individuelles Konzept verankern? Die passenden Gespräche sind garantiert!

Brown Bag Session – Die lockere Lunchinszenierung

Für 20 bis 200 Personen

Abgeleitet von der braunen Tüte, mit der viele Amerikaner ihr Mittagessen zum Arbeitsplatz transportieren, handelt es sich hier um ein informelles Treffen meist während der Mittagszeit. Das Format stammt aus den Universitäten und dient als Auslöser einer Diskussion.

Es vereint Knowledge und Erlebnis bestmöglich. Während des Brown Bag Verzehr wird ein Vortrag gehalten und in einzelnen Gruppen darüber diskutiert. Dank des informellen Charakters lassen sich nebenbei ganz neue Bekanntschaften schließen und eine Menge Vertrauen schaffen.

Wenn Sie das Lunch-Einerlei nicht mehr sehen können, bietet dieses Format nicht nur die Möglichkeit, während des gemeinsamen Essens den Austausch zu fördern: In einer Umgebung, die sich angenehm vom Tagungshotel-Standard abhebt, können Sie hierbei auch eine ganz neue, außergewöhnliche Atmosphäre schaffen. Machen Sie ein Picknick mitten im Plenum, brechen Sie mit Konventionen. Nur schmecken muss es trotzdem.

Mittagslabor – Die Tagung ohne Tagungspauschale

Für 4 bis 20 Personen

Für alle, die von austauschbaren Lunch-Meetings die Nase voll haben, bietet das Mittagslabor eine spannende Alternative. Es überrascht die Gäste und bereichert die Tagung durch interessante, hoch inspirierende Vorträge interessanter Personen aus unterschiedlichsten Fachgebieten während des Mittagmenüs.

Egal ob Wissenschaftler, Sportler, Künstler oder Philosophen: Bei der Auswahl der Personen und Themen sind der Phantasie keinerlei Grenzen gesetzt.

Wichtig ist: Die Referenten sollten ihre Tagungsteilnehmer durch ungewöhnliche Erlebnisse, Experimente, Situationen oder außergewöhnliche Taten möglichst nachhaltig überraschen.

Denn sie treten dann nicht nur inspiriert und voller Tatendrang die zweite Hälfte ihres Arbeitstages an, sie berichten auch im Kreis ihrer Kolleginnen und Kollegen und wecken dadurch Interesse für das Tagungsthema. Das beste Rezept gegen ein mittägliches Leistungsloch.

Neue Workshop-Ansätze – Für jeden Tagungsabschnitt das passende Tool

Bei der Recherche der empfohlenen Tools hat sich wie selbstverständlich eine Gliederung entlang der klassischen Tagungsabläufe ergeben. Natürlich können Redner die Tools so nutzen, wie es ihnen sinnvoll erscheint. Meine Kommentare wollen lediglich dabei helfen, die Vorstellungen zu präzisieren und eine gute Entscheidung zu treffen.

Auch wenn man einzelne Bausteine bereits kennt: Vielleicht ist es sinnvoll, einfach mal die Form und/oder den Einsatzzeitpunkt zu ändern. Denn oft sind es gerade die kleinen Unterschiede, die die Aufmerksamkeit der Teilnehmer steigern und die Integration der Beteiligten spürbar stärken.

Intercom

Dolmetschertechnik

UHF Drahtlostechnik

Sonderlösungen



Funktechnik



MOTOROLA
SOLUTIONS

Mehrwert durch digitale Funktechnik!

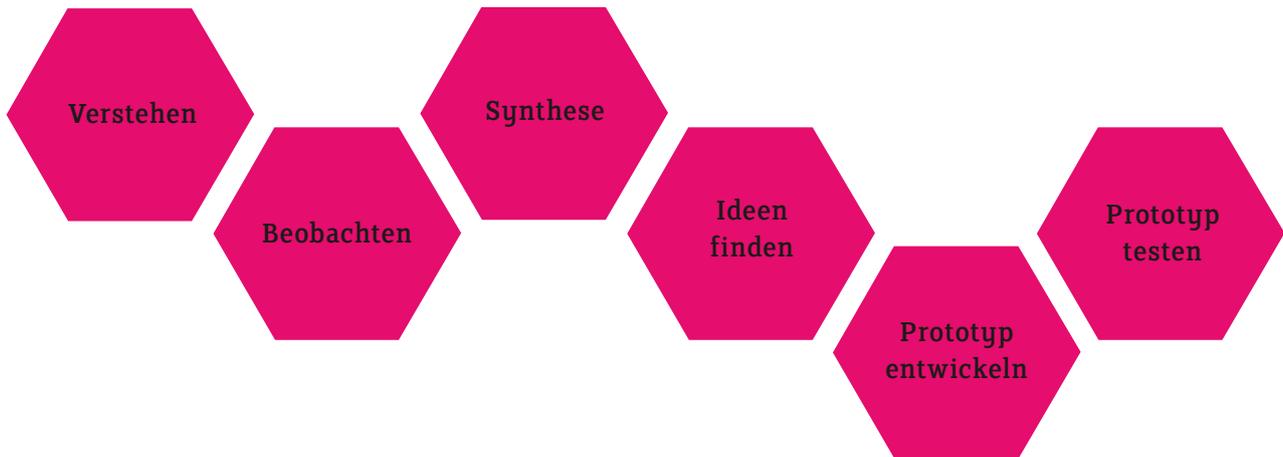
kölnton – als langjähriger Motorola Partner bieten wir Ihnen stets den aktuellen Stand der Technik für Ihre Produktion.

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!





Design Thinking – Jeder kann kreativ sein wie ein Designer

Der direkten Ideenentwicklung aus einem kreativen Arbeitsumfeld vergleichbar, dient das co-creative Design Thinking vor allem der Lösung konkreter Probleme und der Entwicklung von neuen Ideen, Ideenansätzen und Konzepten. Es wird dabei durchaus unterschiedlich eingesetzt. Der Prozess funktioniert wie bei guten Gestaltern, kreativen Designern und ausgefuchsten Konzeptionern.

Die sechs mit dem kreativen Gestaltungsprozess identischen Arbeitsschritte lauten: Verstehen, Beobachten, Synthese, Ideen finden, Prototyp entwickeln und testen. Vor allem in der Phase des Prototyping dürfen die Teilnehmer auch handwerklich aktiv werden. Hier dürfen mit allen nur denkbaren Materialien und Instrumenten Prototypen entwickelt werden. Dabei entstehen häufig völlig neue Ansätze, die das Team

oder das gesamte Unternehmen weiterbringen können.

Auch wenn es inzwischen fast schon zu den Standards zählt: Weil es sich dank seiner Vielseitigkeit für die unterschiedlichsten Zwecke eignet und den gewünschten Lernerfolg geradezu garantiert, halte ich Design Thinking nach wie vor für ein wichtiges Format. Ein Design-Thinking Workshop ist dabei umso erfolgreicher, je passender, d.h. je divergenter und vorurteilsfreier seine Teilnehmer sind. Redner sollten die aus unterschiedlichsten Arbeitsgebieten stammenden Kolleginnen und Kollegen deshalb unbedingt zu höchster Toleranz ermahnen und an den meist recht komplexen Fragestellungen immer gemeinsam arbeiten.

Außer der Zusammensetzung des Teams spielen die Führungsqualifikation und das räumliche Umfeld für den Arbeitsprozess eine wichtige Rolle. Man muss also für eine Atmosphäre weit weg vom gewöhnlichen Büro- und Hotelumfeld sorgen und die Bedürfnisse und die Motivation der Teilnehmer berücksichtigen. Je besser das gelingt, desto erstaunlicher sind die Ergebnisse.



Guido Gutenstein

Berater Concept & Business Development

Dank seiner langjährigen Erfahrung als Designer, ehemaliger Theaterleiter und Experte für Live-Kommunikation hat Guido Gutenstein zahlreiche Erfahrungen mit nicht-publikumsfreundlichen Formaten gemacht. Er weiß, wie wichtig Abwechslung Unterhaltungswert und inhaltliche Gestaltung hierbei sind. Durch das Pinkpaper der Agentur Jazzunique, zu deren Mitarbeitern Gutenstein zählt, möchte er Sie dazu motivieren, den Blick über den Teller- rand beim Planen Ihrer Veranstaltung zu wagen. pinkpaper@jazzunique.de

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände

Livecom Alliance: Internationaler Vorstand

Die Livecom Alliance repräsentiert die namhafte, europäische Live Kommunikationsbranche, die sich in insgesamt neun Ländern auf über 700 Agenturen innerhalb der Mitgliedsverbände erstreckt. Eine wachsende Community, mit dem Ziel, gemeinsam die Veranstaltungsbranche zu gestalten.

Kürzlich wurde diese Allianz auf die nächste Ebene geführt. Gründer und Geschäftsführer Maarten Schram übergab den Vorsitz an Jan Kalbfleisch, Geschäftsführer des deutschen Verbandes FAMAB, der von den frisch ernannten Vorstandsmitgliedern Ivo Franschitz (Verband EMBA Österreich) und Jaime Sanchez (Verband AEVEA Spanien), unterstützt wird.

Maarten Schram (Gründer und Geschäftsführer der Livecom Alliance): „Sechzehn Monate sind erst einmal genug, und die Vereinigung entwickelt sich immer stärker und ist auf dem Weg zur zweiten Ausgabe der „European Industry Survey“; welche die Größe, Einblicke und Trends unserer gesamteuropäischen Branche erfasst. In meiner Funktion als Geschäftsführer werde ich unermüdlich und mit Begeisterung weiterhin der ‘Motor’ der Vereinigung bleiben und mich darum bemühen, den Wert und Einfluss unserer Community in naher Zukunft auszubauen. Unsere Prioritäten sind es, unsere jährliche Branchenumfrage zu erweitern, Pitch-Richtlinien sowie einen Verhaltenskodex zu erarbeiten.“

Jan Kalbfleisch (Geschäftsführer bei FAMAB): „Die Welt wird jeden Tag kleiner und der Markt für unsere Mitglieder und deren Kunden immer internationaler. Es gibt jede Menge Potenzial, um die Zusammenarbeit auf gesamteuropäischer Ebene zu verbessern. Als Vorstandsvorsitzender ist es mein Ziel, unsere Reichweite durch Wachstum zu erweitern, indem andere Vereinigungen eingeladen werden und die Allianz für die Agenturen innerhalb unserer Mitgliedsverbände von Vorteil ist.“



Neuer Vorstand (v.l.): **Jan Kalbfleisch, Ivo Franschitz und Jaime Sanchez**

Die Livecom Alliance ist ein gesamteuropäisches Netzwerk an Experten der Live Kommunikation, überwiegend bestehend aus Geschäftsführern und Vorstandsvorsitzenden von Veranstaltungsverbänden. Mitglieder sind die Verbände ACC (Belgien), AEVEA (Spanien), APECATE (Portugal), Club degli Eventi (Italien), EMBA (Österreich), EVCOM (UK), FAMAB (Deutschland), IDEA (Niederlande) und LEVENEMENT (Frankreich)

Infocomm heißt jetzt Avixa

In Langform heißt das: Die „Infocomm International“ wird zur „Audiovisual and Integrated Experience Association“. Derzeit zählt der Verband rund 5500 Mitglieder, Tendenz: steigend.

Die Veränderung spiegelt AVIXAs Mission wider, eine Drehscheibe für die gesamte Industrie zu werden, während man gleichzeitig als Katalysator für das Marktwachstum über die traditionellen, professionellen AV-Funktionen hinaus fungiert. AVIXAs weltweite Messen, darunter die Nordamerika-Show in Las Vegas, werden weiterhin unter dem Namen „Infocomm“ betrieben.

„Dies ist eine spannende Zeit für unsere Branche und für die Weiterentwicklung audiovisueller Lösungen für eine Vielzahl von Kundenanforderungen“, sagte David Labuskes, CEO von AVIXA. „Dank der innovativen und kreativen Bemühungen so vieler Mitglieder, Partner und deren Kunden sind wir gemeinsam weit darüber hinausgewachsen, wozu InfoComm International in Bezug auf die Förderung des AV-Bereiches, in der Lage gewesen wäre. AV-Erlebnisse sind so allgegenwärtig geworden, umfassen so viele weitere Technologien und berühren so viele persönliche und berufliche Leben, dass wir uns gezwungen fühlten, eine neue Identität zu erschaffen, die die Begeisterung dieser Branche besser widerspiegelt und eine vielfältigere Gemeinschaft an Fachleuten umfasst.“

In den vergangenen Jahren entwickelten sich die Mitglieder von AVIXA weiter und bieten mittlerweile viel mehr als nur audiovisuelle Produkte und Systeme. Ihre Innovation und Bereitschaft, Kundenbedürfnisse umzusetzen, haben eine Branche von Lösungsanbietern geschaffen, die audiovisuelle Technologien nutzen, um echte Erlebnisse zu kreieren. Die Mitglieder-Gemeinschaft umfasst mittlerweile experimentelle Designer, Entwickler, IT-Unternehmer und Nutzer von AV-Lösungen quer über verschiedene Märkte hinweg.

Die Infocomm in Orlando sowie die Integrated System Europe (ISE) in Amsterdam, ein Joint

Venture zwischen AVIXA und Cedia, dem Verband für den Bereich „Residential“, zogen mehr AV-Kunden an als in jedem anderen Jahr. Mit der Änderung in den Namen AVIXA zielt der Fachverband, der als Organisation Unternehmen und Einzelpersonen repräsentiert, sowohl auf das, was seine Mitglieder (AV) unternehmen, als auch auf das, was sie für Kunden schaffen, nämlich die integrierten Nutzererfahrungen (IX = integrated experiences).

„Der AVIXA-Vorstand hat einen ehrgeizigen Plan entwickelt, der dazu dient, die Organisation zu vergrößern, das Bewusstsein für AV-Lösungen zu wecken und unsere Marke neu zu erfinden. Wir haben das Ziel, die Branche zukunftsfähig zu machen“, sagte Gary Hall (Cisco Systems), Präsident des AVIXA-Vorstandes. „Wir freuen uns, dass AVIXA viele unterschiedliche Mitglieder und Technologien unter einem Dach vereinen wird.“

AVIXA wurde 1939 als „National Association of Visual Education Dealers“ gegründet. Im Jahr 1949 schloss sich NAVED mit der „Allied Non-Theatrical Film Association“ zusammen, um die „National Audio-Visual Association“ zu bilden. NAVA änderte den Namen 1983 in „International Communications Industries Association“ und wurde 2005 zu „Infocomm International“. „Organisationen entwickeln sich weiter“, sagte Labuskes. „AVIXAs Kernprogramme bleiben die gleichen - Trainings, Zertifizierungen, Standards und Normen, Marktforschung, Messen und Ausstellungen - aber die Branche selbst hat sich auf spannende Art und Weise verändert. Die Möglichkeiten, den Markt für audiovisuelle Erlebnisse zu erweitern, sind so weitreichend, dass es wichtig war, den führenden Verband im Bereich der AV-Medien an diese neuen Umstände anzupassen.“

www.avixa.org

FAMAB Award wird zu Brand Ex

Im Forum am Schlosspark in Ludwigsburg wurden Ende 2017 die letzten FAMAB Awards verliehen. Doch die Nachfolge steht bereits.

In seiner 21-jährigen Geschichte wurden mit den 39 FAMAB Awards der aktuellen Wettbewerbsrunde insgesamt 639 Exemplare der Trophäe verliehen. Die Veranstaltung entwickelte sich darüber hinaus zur Networking-Plattform für eine ganze Branche und zog über viele Jahre Kommunikationsschaffende aus den Bereichen Messe, Architektur und Live-Kommunikation in die verschiedensten Teile der Republik.

Mit dem International Festival of Brand Experience, rufen die Initiatoren Blach Report, BOE, FAMAB und Studieninstitut für Kommunikation nun gemeinsam ein neues Format ins Leben. Dabei wird Dortmund zukünftig zentraler Anziehungspunkt für die Branche und Heimat des Festivals. Die erste Ausgabe des International Festival of Brand Experience findet am 8. Januar 2019 statt.

Den Auftakt der Veranstaltung wird ein Kongress am Vortag der BOE bilden, der mit verschiedenen Formaten interaktiver Ausrichtung wie beispielsweise Foren, Workshops, Bar-Camps, World-Cafés u.v.m., relevante Branchenthemen und Trends beleuchtet wird. Am Abend werden dann mit dem Brand Experience Award die besten Arbeiten der Branche ausgezeichnet, die bei der anschließenden Party gebührend gefeiert werden können. Abgerundet wird das Festival durch die BOE, der Fachmesse für Erlebnismarketing, die gleich im Anschluss stattfindet.

Beim neuen Brand Experience Award fließen die bekannten Award-Formate der Initiatoren (BEA Award, FAMAB Award, FAMAB New Talent Award und INA Award) zusammen. Ab Anfang 2018 werden interdisziplinäre Projektgruppen die Details der Umsetzung, wie bspw. die Bildung eines Kuratoriums für den Kongress und die Definition der Award-Kategorien, weiter vorantreiben.

„Unser gemeinsames Ziel ist es, mit dem International Festival of Brand Experience eine moderne Plattform für die Branche zu kreieren, die



Treibende Kräfte hinter Brand Ex (v.l.): **Jan Kalbfleisch** (FAMAB), **Sabine Loos** (Westfalenhallen Dortmund/BOE), **Rudolf Watzlawek** (Blach Report), **Jörn Huber** (FAMAB) und **Michael Hosang** (Studieninstitut für Kommunikation)

stark auf Interaktion und inhaltliche Mehrwerte für die Besucher fokussiert ist. Dabei war uns von Anfang an auch die internationale Ausrichtung wichtig. Durch die Bündelung der Kräfte wird neues Potenzial freigesetzt, das die Wahrnehmung unserer Branche auch außerhalb unserer Landesgrenzen noch verstärken wird.“ Jan Kalbfleisch, Geschäftsführer FAMAB Kommunikationsverband e.V.

„Wir glauben, dass unsere Branche endlich eine regelmäßige weitgreifende und spannende inhaltliche Auseinandersetzung mit sich und anderen braucht. Eine international relevante Veranstaltung mit unterschiedlichsten Formaten unter einem Dach ist dafür der Königsweg“, ist Peter Blach, Blach Report, überzeugt.

Das International Festival of Brand Experience ist ganz klar auf Wachstum ausgerichtet. Für die Zukunft können sich weitere Formate unter dem Dach der Veranstaltung bilden, sogar eine Ausweitung auf zwei Tage ist vorstellbar. Die Initiatoren laden alle interessierten Akteure der Branche ein, ihre Ideen und Impulse einzubringen und aktiv an der Entwicklung des Festivals mitzuwirken.

Take control of your network!

Kontrolle, Stabilität und Zuverlässigkeit sind entscheidend in einem Entertainment-Netzwerk. Der MA Network Switch erfüllt genau das. Die Einrichtung des MA Network Switch ist einfach, seine Steuerung intuitiv und die volle grandMA2 System-Performance garantiert.



- Einfaches und intuitives Netzwerk-Management
- Einrichtung über Webbrowser-Interface und grandMA2
- Maßgeschneidert für Entertainment-Protokolle
- Übersichtliche Gruppierung von Ports
- Licht, Ton und Video in einem Netzwerk
- Presets für effiziente Protokoll-Filterung
- Garantiert die volle grandMA2 System-Performance
- Maßgeschneidert für Entertainment-Protokolle
- Für Festinstallationen und temporäre Projekte
- Kompatibel zu Ethernet-Standards
- Robuste und zuverlässige Hardware
- Bewährter MA Service und Support

Jetzt mehr erfahren unter: www.malighting.com

Exklusiv-Vertrieb Deutschland und Österreich:

Lightpower GmbH | sales@lightpower.de | www.lightpower.de

Lightpower Austria | sales@lightpower.at | www.lightpower.at

SOMM bestätigt Vorstand

Bei den Vorstandswahlen der Society of Music Merchants, kurz SOMM, wurde der amtierende Vorstand bestätigt und Markus Sailer (Roland Germany GmbH) neu in den Vorstand gewählt, der nun bis ins Jahr 2020 im Amt bleiben wird.



Der amtierende
SOMM-Vorstand (v.l.):
Michael Stöver,
Joachim Stock,
Markus Sailer,
François Rousies,
Thilo M. Kramny,
Matthias Meyer

Im Rahmen der letzten Mitgliederversammlung 2017 der Society Of Music Merchants (SOMM) wurden der amtierende Vorstand für eine weitere Legislaturperiode bis 2020 wiedergewählt. Markus Sailer, Geschäftsführer von Roland Germany, erweitert seitdem das Führungsorgan des Branchenverbands als sechstes Mitglied.

Im Nachgang der Mitgliederversammlung ordnete sich das Organ in einer einberufenen Vorstandssitzung neu und bestätigte Dipl.-Kfm. Joachim Stock (Just Music) als Vorstandsvorsitzenden und Thilo M. Kramny (PPV Medien) als stellvertretendem Vorsitzenden im Amt. Weiter gehören dem Vorstand für die Legislaturperiode von 2017 bis 2020 an: Matthias Meyer (Musik Meyer), François Rousies (Cordial) und Michael Stöver (Yamaha).

Die SOMM ist der Spitzenverband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche in Deutschland und vertritt die Interessen von 60 Unternehmen aus den Bereichen Herstellung, Vertrieb, Handel und Medien aus der Musikinstrumentenbranche, die rund zwei Drittel des deutschen MI-Marktes repräsentieren.

Der Verband vertritt national und europaweit die kulturellen und wirtschaftlichen Interessen der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche mit dem Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche in allen Markt Bereichen zu stärken, die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen den Anforderungen der Branche entsprechend mitzugestalten,

Marktstandards zu definieren und Dienstleistungen für Mitglieder zu erbringen, eine zeitgemäße musikalische Fort- und Weiterbildung zu fördern sowie das aktive Musizieren und die Musikkompetenz in der Gesellschaft zu intensivieren.

SOMM kooperiert intensiv mit der Musikmesse. Mit der Business Academy bietet man in Kooperation ein umfangreiches internationales und aktuelles Weiterbildungsprogramm an. Erstklassige Referenten, Berater und Coaches aus Wirtschaft, Recht, Wissenschaft und Medien vermitteln ihr Wissen in einer abwechslungsreichen Mischung aus Vorträgen und Diskussionen.

www.somm.eu



MONACOR-DT, praktisch zukunftsweisend ...

Audio-over-IP-Lösungen mit Dante™-Schnittstellen zu realisieren wird dank der neuen DT-Serie der Marke MONACOR nun komfortabel und preislich äußerst attraktiv. Im Mittelpunkt steht der neue Lautsprecher **WALL-05DT**.

Aufgepasst, Drohnen!

VBG und BG ETEM informieren über sicheren Umgang mit unbemannten Luftfahrtsystemen



Der Einsatz von unbemannten Luftfahrtsystemen, so genannten Drohnen, ist längst keine Seltenheit mehr. Auch spektakuläre und vor allem gefährliche Abstürze hat es bereits gegeben. Bevor die meist

kameratragenden Multikopter in die Luft steigen dürfen, müssen sie den Regeln der Luftfahrt entsprechen. Die aktuelle Fachinformation der gesetzlichen Unfallversicherungen Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) und Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) klärt über Gefährdungsschwerpunkte und Präventionsmaßnahmen auf, die es beim Einsatz von Multikoptern und weiteren Kamerabewegungssystemen zu beachten gilt.

„Der Gebrauch von unbemannten Luftfahrtsystemen sorgt seit langem für öffentliche Diskussionen“, sagt Jörg Braeutigam (Foto), VBG-Präventionsexperte für Bühnen und Studios. „Unser Ziel ist der sichere Einsatz, damit keine Arbeits-

unfälle passieren.“ Auch der Gesetzgeber zieht nach. Jörg Braeutigam erklärt: „VBG und BG ETEM begrüßen, dass die neue Luftverkehrsordnung auch für die Arbeitssicherheit klare Vorgaben macht. Sobald das Verkehrsministerium die neue Verordnung herausgegeben hat, werden wir mitziehen und unsere Publikation entsprechend aktualisieren.“

Die neue Fachinformation thematisiert das erforderliche sicherheitstechnische Niveau des Arbeits- und Gesundheitsschutzes beim Einsatz von Kamerabewegungssystemen. Sie wendet sich an alle, die organisatorisch und fachlich für die Beschaffung und den sicheren Betrieb dieser Arbeitsmittel verantwortlich sind. Interessierte finden die Broschüre unter www.vbg.de/Medien/kamerabewegungssysteme.

Die VBG ist eine gesetzliche Unfallversicherung und versichert bundesweit über eine Million Unternehmen aus mehr als 100 Branchen, die BG ETEM ist die gesetzliche Unfallversicherung für rund 3,9 Millionen Beschäftigte in gut 220.000 Mitgliedsbetrieben.

Mitglied Nr. 500 – in Japan

Im Rahmen des letzten Meetings ehrte die Ethercat Technology Group (ETG) unlängst die 500. Mitgliedsfirma in Japan – das Unternehmen Surguga Seiki, einen führenden Anbieter optischer Test- und Messsysteme.

Mit diesem Beitritt erreichte die ETG zwei Meilensteine in der Mitgliederentwicklung in rascher Folge: Erst kürzlich war der Organisation das 2000. Mitglied in Europa beigetreten.

Die ETG, welche 2003 in Deutschland aus der Taufe gehoben wurde, zählt nun über 2000 Mitglieder in Europa. Insgesamt vereint die ETG damit nun über 4400 Mitglieder weltweit in ihren Reihen. Im Bild (v.l.): Martin Rostan (ETG), Takeshi Marui (Surguga Seiki), Naohito Fukazawa (Surguga Seiki), Masanori Obata (ETG Office Japan)





Power Gems Ltd
 TEL +44 (0)161 776 7030
 www.powergems.com



STS Lighting GmbH
 TEL +49 (0)6051 977 3100
 www.sts-lighting.de

HMI Innovation für die Berliner Staatsoper

Zwei 4kW Vorschalter in einem 19“-3U-Einschub



Im neuen HMI Schaltschrankraum der renovierten ‚Staatsoper unter den Linden‘ wurden 8 Stck ‚Duale EVG 2,5/4kW‘ eingebaut. Diese brandneu entwickelten elektronischen Vorschaltgeräte sind genauso leise wie tragbaren Theater EVG’s von Power Gems. Die neue Technik von Power Gems, zwei 4kW Vorschalter in einem 19“ Einschub zu integrieren, halbiert die bisherigen Schaltschrankgrößen. Kosten können so effektiv gespart werden. Die Vorschaltgeräte können per DMX oder manuell am Frontpanel geschaltet und von 100% auf 50% gedimmt werden (rechtes Photo).

Auf dem linken Photo erkennt man die Vorschaltgeräte von hinten mit den 8 Zuleitungskabeln, und mit je zwei Sicherungen, DMX IN und DMX OUT, und zwei Kabelausgängen (VEAM 7pin) pro Zweifachvorschalter. An den beiden Ausgängen können 2m Patchkabel angeschlossen und mit den daneben stehendem Patchfeld verbunden werden. Das Patchfeld ist mit den HMI Versatzkästen in gesamten Haus fest verkabelt.

Die Schaltschränke, Patchfeld, Verkabelung, Versatzkästen wurden von der LSS GmbH, Altenburg gebaut.

THEATER
 BASEL

staatsoper darmstadt

RESIDENZ
 THEATER

STAATS
 OPER
 UNTER
 DEN
 LINDEN

OPER
 GRAZ

LANDESTHEATER LINZ

THEATER
 am der wien
 DAS NEUE OPERNHAUS

16
 17
 Staatsschauspiel
 Dresden

TIROLER
 LANDESTHEATER UND
 SYMPHONIEORCHESTER
 INNSBRUCK

GÄRTNER
 PLATZ
 THEATER

Zum Handelsdefizit der USA

Gastkommentar von ZVEI-Chefvolkswirt Dr. Andreas Gontermann

Das Leistungsbilanzdefizit – bzw. der Importüberschuss im Waren- und Dienstleistungshandel – der USA belief sich im vergangenen Jahr 2016 auf gut 480 Milliarden Dollar oder knapp drei Prozent des amerikanischen Sozialprodukts. US-Präsident Donald Trump will es unbedingt verringern.

Dabei lag es schon mal höher. Seinen Rekordwert hatte das Defizit 2005 erreicht, mit damals mehr als sechs Prozent des BIP. Die anteilmäßige Reduzierung seitdem geht u.a. auf eine höhere heimische Öl- und Gasproduktion sowie weltweit niedrigere Rohstoffpreise zurück, welche die Rechnung für den Import natürlicher Ressourcen verringert haben.

Nun besteht ein fester Zusammenhang zwischen dem Waren- und Dienstleistungsverkehr einerseits und dem Kapitalverkehr andererseits. Leistungsbilanzdefizite bzw. Überschüsse von Einfuhren über die Ausfuhren im Waren- und Dienstleistungsverkehr gehen regelmäßig einher mit einer Verschuldung im Ausland (so wie umgekehrt Leistungsbilanzüberschüsse ihre spiegelbildliche Entsprechung in einer Kreditgewährung ans Ausland finden).

Diskutiert wird, ob nun der Waren- und Dienstleistungshandel den Kapitalverkehr treibt oder ob es anders herum läuft. Im Fall der USA spricht sehr viel dafür, dass es die Kapitalströme sind, die letztlich das Leistungsbilanzdefizit des Landes bedingen. Weil der US-amerikanische Dollar die Leit- und Reservewährung der Welt ist und amerikanische Staatsanleihen rund um den Globus so sehr (als sicherer Anlagehafen) gefragt sind, fließt mehr Kapital in die USA, als aus dem Land abfließt.

Die so hervorgerufene Verschuldung der USA im Ausland findet dann ihre Entsprechung im Leistungsbilanzdefizit. Das heißt aber auch: Solange weltweit Appetit nach Dollars und US-Staatsanleihen besteht, dürfte sich am US-Defizit wenig ändern können.

Bemerkenswert ist, dass die Vereinigten Staaten in der Vergangenheit eigentlich recht gut mit

ihren Defiziten gefahren sind. Die auf ihre Auslandsschulden zu zahlenden Zinsen sind regelmäßig niedriger als die Renditen auf das Auslandsvermögen, obwohl die Schulden so viel höher sind als das Vermögen.

Wenn man über die Welt-Reservewährung verfügt, kann man sich eben vergleichsweise günstiger refinanzieren als andere Staaten und im Fall der Fälle das zur Schuldentrückzahlung benötigte Geld auch noch selbst drucken. Das ist, was John Connally, US-Finanzminister unter Richard Nixon, 1971 mit seinem berühmten Satz „Der Dollar ist unsere Währung, aber euer Problem“ zum Ausdruck brachte.

Eine isolierte Betrachtung bilateraler Handelsbilanzsalden, wie sie der aktuelle US-Präsident Trump präferiert, z.B. zwischen den USA und China, den USA und Deutschland, den USA und Kanada oder den USA und Mexiko etc., macht im Übrigen wenig Sinn. Ebenso wenig eine isolierte Betrachtung nach einzelnen Branchen.

Würde das Heimholen der üppigen Auslandsgewinne amerikanischer Konzerne das US-Leistungsbilanzdefizit verringern? Am Ende wohl nicht. Zwar würde der Rückfluss für sich betrachtet das Defizit verkleinern. Da er aber gleichzeitig zu einer Aufwertung des Dollars führte, käme es über eine Beeinträchtigung der Exporte sowie eine Begünstigung der Importe letztlich wieder zu einer Ausweitung des Defizits.

Dr. Andreas Gontermann



Gastkommentator Dr. Andreas Gontermann ist Chefvolkswirt und Leiter der Abteilung Wirtschaftspolitik, Konjunktur und Märkte des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) in

Frankfurt/Main und zu erreichen per Telefon: 0 69/630 23 01 oder Mail: gontermann@zvei.org



Jan Biermann

d&b Audiotechnik baut seinen Entwicklungsbereich aus und hat bereits 2017 ein weiteres Mitglied in sein Managementteam berufen. Jan Biermann verantwortet seit einem halben Jahr die Produktentwicklung. Als Leiter Entwicklung berichtet er an Geschäftsführer Markus Strohmeier und übernimmt einen Teil der Aufgaben von Frank Bothe, der sich ab sofort auf seine Funktion als Chief Technology Officer konzentriert. In dieser Aufgabe wird sich Frank Bothe vor allem den lang- und mittelfristigen Technologiethematen widmen.

Bothe, der die Rolle des Chief Technology Officers und Leiters Entwicklung bislang in Personalunion inne hatte, kam 1990 nach seinem Studienabschluss in Physik zu d&b - damals gab es nur etwas mehr als 20 Mitarbeiter. Inzwischen hat man rund 450 Mitarbeiter, davon 50 in der Produktentwicklung.



Zane Cretten

Ayrton recently announced the appointment of Zane Cretten as the latest member of its expanding sales team. Based in South Africa, Cretten will take on the position of Regional Sales Manager, with responsibility for sales across Africa and the Middle East.

Cretten brings with him 11 years experience in the live events industry, specialising in video and lighting. During this time he has worked with major global brands including High End, Barco, Pandora's Box, d3, Create LED, Wings and Caliber.

„When the opportunity arose to join Ayrton I jumped at the chance,“ says Cretten. „I am very excited to be joining such a specialised, innovative lighting company.

I'm really looking forward to working with such a creative manufacturer and growing the market share in Africa and the Middle East.“



Jim Gregory

GLP US Inc. recently announced the appointment of Jim Gregory as their new Regional Sales Manager for the Southeast. Jim brings more than 25 years of industry experience to GLP, working with touring, local productions, house of worship, as well as special and corporate events, there is not an area of the industry he is unfamiliar with. Jim sees GLP as a great opportunity to work for a company that is not only growing in size, but also in ingenuity continuing to establish themselves as market leading manufacturers. GLP US President Mark Ravenhill added „We are very happy to welcome Jim to GLP. His experience, combined with his understanding of customer service are at the top level and he will be an absolute great fit to the team“. Jim is located in Nashville, Tennessee and will cover the entire Southeast region

PEOPLE



Philip Hartung

Die Leserinnen und Leser des Fachmediums „Markt & Technik“ haben erneut Philip Hartung zum „Manager des Jahres“ gewählt. Dieses Mal gewann der Vorstandsvorsitzende der Hartung Technologiegruppe in der Kategorie „Verbindungstechnik“. Bereits vor zwei Jahren war Philip Hartung zum „Manager des Jahres“ gewählt worden - damals in der Kategorie „Elektromechanik“.

Rund 7000 Leserinnen und Leser der „Markt & Technik“ entschieden per Online-Voting über die Manager der Elektronikbranche 2017. Abgestimmt wurde in den neun Kategorien Automatisierung/Bildverarbeitung, Embedded Systems, EMS (Electronic Manufacturing Services), Halbleiter, Industrie 4.0, Lebenswerk, Start-ups, Stromversorgung und Verbindungstechnik. Hauptkriterien waren Markt- und Unternehmenserfolg sowie die Einführung innovativer Produkte und Lösungen. „Ich freue mich, dass ich die Auszeichnung zum zweiten Mal erhalten habe.“



Mads Hother Høpfner

Pascal A/S, one of the leading OEM amplifier module provider for the global pro audio industry, has announced the appointment of Mads Hother Høpfner as Account Manager. The appointment is in direct response to the continuing growing rate of expansion at the Copenhagen based company.

Høpfner brings six years of sales, marketing and purchase experience in the surface technology industry to his new position at Pascal.

He joins Key Account Managers Aage Hejgaard and Nikolaj Pihl in Pascal's expanded account team.

Welcoming him to the company, VP of Business Development Peter Frenz said, „Mads' previous experience in the tech sector is fully aligned with the Pascal approach to supporting our customers.“

It is the relationship skills and mind-set that this requires that Mads brings to Pascal from his previous experience and that makes him qualified for this position.“



Stefan Ledergerber

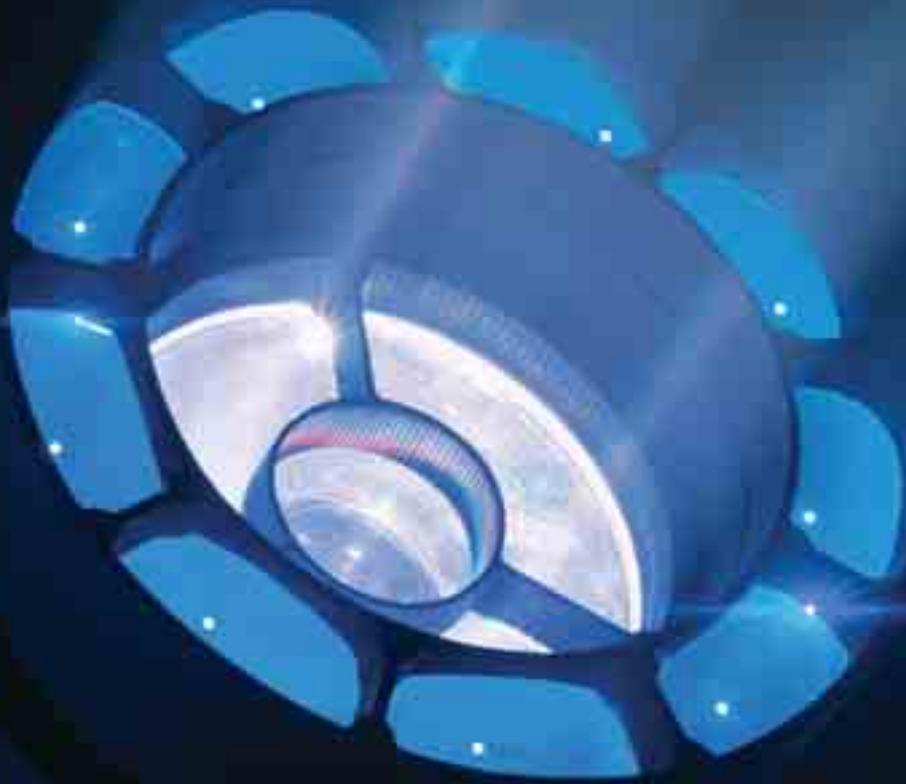
Kürzlich haben die Firmen Lawo und Studer beschlossen, ihre Entwicklungsstandorte in Zürich zu schließen. Daraus ergibt sich die seltene Gelegenheit zur Akquise talentierter Entwicklungs-Ingenieure mit fundiertem Technologie-Knowhow. Seit Jahrzehnten ist Zürich ein Zentrum für Innovation im Bereich der professionellen Audio/Video-Technik und Geburtsstätte von vielen weltbekannten Produkten. Branchenkenner Stefan Ledergerber kommentiert: „Die Kollegen haben einen exzellenten Ruf in der Entwicklung neuartiger Produkte, die sowohl innovativ sind als auch zuverlässig funktionieren.“

Die in Zürich ansässige Firma Simplexity will die nun verfügbaren Talente und deren Technologie-Knowhow integrieren. Simplexity wurde 2016 von Stefan Ledergerber gegründet und bietet IP-Netzwerk-Schulungen und Beratungen für Distributoren, Hersteller und deren Kunden an. Zuvor war Ledergerber Entwicklungsleiter bei Studer (Harman) und Lawo.

MAVERICK MK

PYXIS

KREATIVES LICHT IN NEUER DIMENSION



PL+S • 10-13 April • Halle 4.0 • Stand F55

Chauvet Germany GmbH • Bruno-Bürgel-Str. 11 • 28759 Bremen, Germany

chauvetmaverick.eu

CHAUVET
PROFESSIONAL

PEOPLE



Thomas Linke

Ayrton is delighted to announce the latest addition to its international distributor network as Dynlight of Abu Dhabi is named as its new, exclusive distributor for the GCC region and Lebanon. The arrangement comes into being with immediate effect. To mark the occasion, Production Director, Thomas Linke, has been newly appointed as Dynlight's brand manager for Ayrton products. Originally from Germany, Linke joins Dynlight from his position as Area Manager of A&O Technology Middle East, where he spent a decade building a comprehensive understanding of the region.

„We are excited to be the exclusive distributor for Ayrton in this region,“ says Linke. „The entertainment industry is growing at a phenomenal rate in the GCC and the demand for Ayrton products is keeping pace with it as Ayrton's reputation for quality, reliability and innovative lighting fixtures precedes it. We are preparing to be very busy indeed!“



Harald Lipken

Um zwischen Strategie und Kreation eine Brücke zu schlagen hat Insglück eine neue Position geschaffen, für deren Besetzung Harald Lipken gewonnen werden konnte, der als Director Brandspace & Strategy neue Kommunikationsformate mit Schwerpunkt auf Kommunikation im Raum entwickeln wird. Im Fokus steht dabei die Gestaltung sowie die Verbindung von physischen und virtuellen Räumen - über Architektur, digitale Medien, Bewegtbild und visueller Kommunikation. Lipkens Tätigkeitsbereich umfasst auch die Entwicklung und Förderung der Kreativpotenziale an den beiden Standorten in Berlin und Köln. Nach dem Architekturstudium war Lipken bei der studentischen Agentur „Töchter und Söhne“. Nachdem er als Ausstellungsgestalter und Art Director zu Triad Berlin wechselte, folgte die Übernahme eines Lehrauftrags an der Hochschule in Bremen. Weitere Karrierestationen waren AV Communication und OSK.



John Roberts-Davies

John Roberts-Davies übernimmt bei Lawo die Leitung des Bereichs Pre-Sales & Projects. In seiner neuen Position leitet und entwickelt er ein Team, das bei Lawo zuständig ist für technische Beratung, Entwicklung von projektbezogenen Lösungen und die Systembereitstellung für Kunden - über die gesamte Bandbreite von Live-Produktionsanwendungen hinweg. Die Besetzung dieser Position fällt zusammen mit einer gestiegenen Nachfrage nach Produkten und Lösungen von Lawo. Die von Experten entwickelte Produkte sind so konzipiert, dass sie maximalen Nutzen aus neuen Technologien in der sich schnell verändernden Welt der Live-Produktion ziehen.

John besitzt über 30 Jahre Branchenerfahrung und arbeitete in operativen und technischen Leitungspositionen in Radio- und Fernsehstationen verschiedener Länder bevor er auf die Herstellerseite wechselte und dort u.a. für Sony, Quantel und SAM arbeitete.

PEOPLE



Dr. Bernd Schmidt

Dr. Berndt Schmidt (53) bleibt bis 2024 Intendant und Geschäftsführer des Friedrichstadt-Palastes in Berlin. Der Aufsichtsrat verlängerte den noch bis Mitte 2019 laufenden Vertrag vorzeitig.

Senator Dr. Klaus Lederer, neuer Aufsichtsratsvorsitzender des Palastes, gratulierte zudem zu den besten Halbjahreszahlen seit der Wiedervereinigung. „Mit 272.225 Gästen in den ersten sechs Monaten bleibt der Friedrichstadt-Palast die meistbesuchte Bühne der Stadt - das freut mich außerordentlich“, teilte Dr. Klaus Lederer mit. Schmidt übernahm die Leitung des Hauses am 1. November 2007.

Lag damals der Ticketumsatz in seinem 1. Halbjahr 2008 noch bei 4,5 Mio. Euro und die Auslastung bei 46 Prozent, waren es in den ersten sechs Monaten 2017 mit 14,04 Mio. Euro über drei Mal so viel und die Auslastung lag mit 94,4 Prozent mehr als doppelt so hoch wie 2008.



André Schniedergers

Area Four Industries Germany erweitert sein Team um den neuen Projektingenieur André Schniedergers. Zu seinen Hauptaufgaben zählen die Projektentwicklung, das Erstellen statischer Berechnungen und die Kundenbetreuung auf dem deutschen Markt. Er unterstützt die Projekte der Kunden, von der Entwicklung eines ersten Tragwerksentwurfs und einer Vordimensionierung über die Erstellung des Angebots und dem Engineering der Details bis hin zur statischen Berechnung. Schniedergers ist ein qualifizierter Allrounder, der über eine umfangreiche Ausbildung und Erfahrung in der Veranstaltungsbranche verfügt. Im Anschluss an eine Ausbildung zum Veranstaltungstechniker studierte er an der Beuth Hochschule in Berlin Veranstaltungstechnik und -management. Nach mehr als zweijähriger Tätigkeit bei einer der größten Produktions- und Verleihfirmen Deutschlands war er als Statiker bzw. Projektingenieur beschäftigt.



Johannes von Woudenberg

Analog Way has further strengthened its sales organization in EMEA and is pleased to announce the appointment of Johannes von Woudenberg as Sales Director for Northern and Eastern Europe - to better support sales in EMEA and reinforce relationships with customers and partners in the area. Johannes von Woudenberg joins Analog Way to lead sales in DACH, Northern and Eastern Europe. Van Woudenberg is a seasoned Sales Director with long international experience in direct and indirect technical sales. He brings to the company an extensive knowledge of the professional video, IT and system integration markets in Germany and Central Europe. He will be based in the region of Upper Austria. Adrien Corso, CEO of Analog Way, comments, „Johannes is a perfect fit to further fuel our continued growth, support our geographical expansion and develop our new activities. We wish him every success in his new position.“

PEOPLE



David Webster

Coda Audio is delighted to announce the appointment of David „Webby“ Webster to the position of Director of Global Marketing. A comprehensive understanding of live performance and production, forged as a musician and sound engineer in his early years, was the springboard to sustaining a successful career, first with Klark Technik and Midas, before he moved to co-found DiGiCo.

In recent months Coda Audio has added a number of noteworthy figures to its global ranks and ‘Webby’ is certainly no exception.

He is clearly relishing the challenge of his new role: „I’ve spent many years in the audio industry and been closely involved in some very exciting and groundbreaking developments. This is most definitely another. Paul Ward is someone I know well and have a huge respect for, so I’m very much looking forward to working with him and sharing ideas.“



Liam Winter

Absen Europe hat die Ernennung des Branchenkenners Liam Winter zum Produktionsleiter bekanntgegeben. Winter stieß von Absens Vertriebspartner in England, PSCo, zu Absen Europe, eine gute Ausgangssituation für den neugeschaffenen Posten. Mit einer mehr als 15-jährigen Erfahrung in der AV-Industrie in leitenden Vertriebs-, Betriebsführungs- und Produktmanagementfunktionen besitzt er ein umfassendes Wissen aus der Arbeit mit führenden Herstellern moderner Videowand-Anzeigetechnologien sowie mit Anwendern und Vertriebspartnern in einem breiten Spektrum von Märkten für Festinstallationen und Vermietungen.

Winter lebt in England, reist jedoch häufig nach Europa und zu Absens chinesischen Hauptsitz. Die neue Position wurde geschaffen, um Absens Strategie zu stärken, den Kunden in den Mittelpunkt seiner Bemühungen zu rücken und somit verbesserten Zugang zu lokalen Märkten zu schaffen.



Erik Wolff

Nach fast 30 Jahren im Markt als innovativer Medientechnik-anbieter haben die Gründer der ICT die Gesellschaftsanteile im Rahmen eines Management Buyouts komplett abgegeben. Damit soll das Unternehmen erfolgreich in der zweiten Generation weitergeführt werden. 2013 zog mit Christian Pusch und Erik Wolff ein neuer Vorstand ein, der die Positionierung der ICT am Markt weiter schärfte. Seitdem ist die ICT insbesondere im Ertrag stark gewachsen. Die Belegschaft wuchs von knapp 110 auf über 180 Mitarbeiter. Am 13. Oktober 2017 wurde der Kaufvertrag über den Erwerb aller Anteile geschlossen. Neue Anteilseigner sind die Vorstände Christian Pusch und Erik Wolff mit je 15 Prozent und die BWK Unternehmensbeteiligungsgesellschaft aus Stuttgart mit 70 Prozent.

Die BWK versteht sich als institutioneller Familiengesellschafter und passt damit gut in die Struktur eines Management Buyouts.

DAS PROBLEM

DIE LÖSUNG

Die passiven 2-Wege PA-Flachlautsprecher PL-11 und PL-12 verwenden die von Tectonic entwickelte „Resonant Mode™“-Technologie. Der DML („Distributed Mode Loudspeaker“) strahlt dabei die akustische Energie sehr breitflächig und diffus ab, der Winkel beträgt sowohl horizontal als auch vertikal satte 165°. Das Ergebnis: extrem hohe Rückkopplungsfestigkeit, minimale Beeinträchtigung durch Raumreflexionen und eine unschlagbar gute Signalverständlichkeit – auch in akustisch kritischen Umgebungen.

SYSTEM
INTELLIGIBILITY



MINIMAL ROOM
INTERACTION



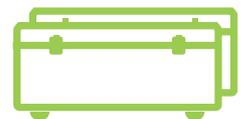
EXTREME
FEEDBACK
RESISTANCE



WIDE STABLE
STEREO
COVERAGE



ECONOMY OF USE
& OWNERSHIP



WWW.TECTONICAUDIOLABS.COM

TECTONIC
AUDIO LABS™

EU-Vertrieb: Hyperactive Audiotechnik GmbH – www.hyperactive.de



ape labs

Battery LED Lights



www.apelabs.com

Jochen Schweizer – alles außer gewöhnlich

Er war die ersten Staffeln einer Motoren in der „Höhle der Löwen“. Um sich ganz auf seine „Jochen Schweizer Arena“ konzentrieren zu können, stieg er aus. Heute signalisiert ein 30 Meter hoher Turm mit Leuchtschriftzug die neue, südliche Landmarke der bayrischen Landeshauptstadt, und sein hauseigenes Restaurant setzt gastronomische Maßstäbe.



PORTRAIT



Er war der TV-Löwe der ersten Stunde: Jochen Schweizer. Doch die vierte Staffel der erfolgreichen Show „Die Höhle der Löwen“ fand ohne ihn statt. Der Grund: Der Unternehmer konzentrierte sich 2017 uneingeschränkt auf seine „Jochen-Schweizer-Arena“. Bereits seit 2015 baute er an dieser Multi-Erlebnis-Destination - mit einem achtstelligen Investment das bislang spektakulärste Projekt seiner Laufbahn.

Seit gut einem Jahr ist nun der 30 Meter hohe Turm des Windkanals der Jochen Schweizer Arena auch bei Nacht deutlich zu sehen. Gemeinsam mit über 200 Mitarbeitern und zelebrierte Jochen Schweizer das Einschalten des beleuchteten Jochen Schweizer Schriftzugs damals. Direkt an der A8 gelegen, ist der Arena-Turm gleichzeitig ein städtebaulicher Orientierungspunkt für das Gewerbegebiet Taufkirchen/Ottobrunn und von weitem sichtbar für im Süden An- und Abreisende von München.

So gab Jochen Schweizer auch Details zu den Speisen im Restaurant und der Beach Box im Surf-Bereich bekannt. In der Jochen Schweizer Arena wird seit März 2017 der Traum vom Fliegen mit nichts als dem eigenen Körper wahr. Hinzu kommt die erste stehende Indoor-Welle in München zum Surfen, ein Outdoor-Bereich mit

Flying Fox Parcours und Hochseilgarten sowie Seminar-, Tagungs- und Veranstaltungsräumen. Auch die eigene Jochen Schweizer Gastronomie ist an 365 Tagen im Jahr erleb- und schmeckbar.

„Rund drei Monate später eröffnete die Jochen Schweizer Arena. Das Einschalten der Leuchtschrift beendete die Außenarbeiten am Gebäude und rundete den von weitem sichtbaren Orientierungspunkt im Süden Münchens ab“, freute sich Schweizer rückblickend.

Die eigene Arena ist Teil der Vision der Jochen Schweizer Unternehmensgruppe für die Zukunft der aktiven Freizeitgestaltung im urbanen Umfeld. Die einzigartige Multierlebnisdestination liegt in Taufkirchen bei München und umfasst auf 15.000 qm die Hauptattraktionen Body Flying, Indoor-Surfen auf einer stehenden Welle („Citywave“), sowie einen Outdoor-Bereich mit Hochseilklettergarten, Zipline, Team-Mission-Parcours und Kinderspielplatz. Hinzu kommen Räumlichkeiten für Seminare, Meetings, Events und Coachings sowie eine eigene Crossover Konzeptgastronomie mit Zentral-Restaurant, einer Show-Küche, Stationen in den Erlebnisbereichen und einem bewirteten Außenbereich.

Alles außer gewöhnlich: Nach diesem Motto wird in der Jochen Schweizer Arena auch die



On the road...

mit amtlichem Material

- Hochflexible, belastbare Kabel für dauerhaften Einsatz
- Robuste, modulare Anschlusslösungen
- Qualitätssteckverbinder von HICON und NEUTRIK
- Fertigung nach Ihren Anforderungen
- Schnelle Lieferverfügbarkeit

Systemverkabelung
NF, DMX, Speaker

Aktive Systeme Signalextender
6G SDI, HDMI, HDBaseT via Fiber

**prolight+sound
musikmesse**

11. - 14.04.2018
Halle 4.1, Stand E10
Frankfurt am Main

Potenzialausgleich-Systeme



Installation & Conference



Broadcast Solutions



Professional Studio



Event Technology



SOMMER CABLE mit Sitz in Straubenhardt (Deutschland) wurde 1999 gegründet und gehört heute zu den führenden Anbietern professioneller, qualitativ hochwertiger Kabel- und Anschlussstechnik mit Fokus auf die Bereiche Audio, Video, Broadcast, Studio- und Medientechnik. Das Angebot inklusive der Hausmarken HICON, CARDINAL DVM und SYSBOXX umfasst Kabel-Meterware, Steckverbinder, Anschlusskabel, individuell anpassbare Verteilssysteme sowie aktive Komponenten.

Rund um die Uhr steht ein B2B-Shop mit über 25.000 Produkten zur Verfügung.

GRATIS KATALOG anfordern !



SOMMER CABLE
AUDIO ■ VIDEO ■ BROADCAST ■ MULTIMEDIA ■ HIFI



www.sommercable.com ■ info@sommercable.com

PORTRAIT



Pause zum Erlebnis. In den einzelnen Aktionsbereichen kann man passend zum Ambiente genießen: die Beach-Box an der Surf-Welle, dem rustikalen Outdoor-Bereich oder die Air-Box bei der Flugkammer. Unterhalten wird man dabei auch von den aktiven Fliegern, Surfern oder Kletterern. Das Restaurant bietet darüber hinaus junge Crossover-Küche aus der Region mit frischen und saisonalen Zutaten. Wer lieber selbst zum Kochlöffel greift, kann seine kulinarischen Fähigkeiten in einem der vielfältigen Kochkurse in der Arena schulen.

Fliegen, mit nichts als dem eigenen Körper. Dieser Ur-Traum der Menschheit geht auch in München in Erfüllung. Und das in einer der modernsten vertikalen Windkanalanlagen der Welt mit einem laminaren Luftstrom ohne störende Verwirbelungen. Die bis zu 285 km/h hohe Luftgeschwindigkeit kann je nach Erfahrungsstand des Fliegers stufenlos geregelt werden. Zudem wird jeder Kunde von einem erfahrenen Instruk-

tor in der Flugkammer begleitet. Fallschirmspringer finden hier zusätzlich ideale Trainingsbedingungen. Fliegen kann man schon ab einem Alter von vier Jahren.

Bis heute ist Surfen ein Sport, der nur wenigen Glücklichen vorbehalten ist. Entweder man wohnt an einem Surfspot am Meer oder hat eine Flusswelle zur Verfügung. Die „Citywave“ sorgt seit März 2017 dafür, dass Groß und Klein (ab acht Jahren) auch weit entfernt vom Ozean, das echte Deep-Water-Surfen mit Finne erlernen können. Und das spielend leicht mit variabler Haltestange und stufenloser Regelung der bis zu 140 cm hohen Welle, die mit der Wucht von 12.500 Litern Wasser pro Sekunde entsteht. Erfahrene Surf-Lehrer können auf Wunsch zur normalen Surf-Stunde hinzugebucht werden. Hinzu kommen ein Beach-Ambiente mit Bar sowie Umkleiden und Duschen.

Klettervergnügen gibt es auf drei Ebenen und Schwierigkeitsgraden: Der multifunktionale Skytrail bietet einer großen Zielgruppe ab sechs Jahren und einer Körpergröße von mindestens 1,30 m, Klettererlebnisse für jeden Geschmack. Auf dem Zipline-Parcours kann jeder ab zehn Jahren das gesamte Gelände der Arena einmal umrunden und überfliegen. Für Team-Events, Coachings und Schulklassen bietet unser Outdoor-Bereich zusätzlich einen Team-Mission-Parcours. Abgerundet wird das Outdoor-Erlebnis durch den Außengastronomiebereich und den angrenzenden Spielplatz für Kinder.

Egal ob öffentliche Veranstaltung, private Party oder Firmenfeier: Die 300 qm große multifunktionale Kongress-, Event- und Tagungsfläche mit einer sechs Meter hohen Decke bietet Platz für frische Ideen und Raum für außergewöhnliche Eventformate. Auf der Fläche können zusätzlich bis zu zwei plus vier mobile Tagungsräume aufgebaut werden, so dass auch Seminare, Workshops und Coachings in mehreren Gruppen einfach durchgeführt werden können. Begleitet werden die Veranstaltungen vom haus-eigenen, professionellen Catering-Team. Darüber hinaus lassen sich die Hauptattraktionen der Arena in jedes Veranstaltungskonzept einbinden.

www.jochen-schweizer.de/arena

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände

EQUIPMENT – AUSZEICHNUNGEN

Honoured at LDI 2017

Ayrton was proud to receive the LDI 2017 Award for the „Most Creative Use of Light“ at the LDI Show in Las Vegas. The Award was presented by the judges for „Ayrton’s cool product presentation that physically re-engages the audience to show their products in a unique setting.“ The light show was designed by top lighting designer Cory Fitzgerald, programmed by Jason Baeri, and accepted on behalf of the company by Ayrton’s Global Sales Manager, Michael Althaus.

Ayrton, which also celebrates its 15th anniversary this year, did indeed exhibit in form of a ‘crystal dome play-zone’ that showcased all their latest products. Photo: Ayrton’s Michael Althaus (left), CEO Chris Ferrante (right) and award-winning LD Cory Fitzgerald with the LDI 2017 Award for „Most Creative Use of Light“



IABM Award

The winners of IABM’s Design & Innovation Awards were announced at IABM’s Awards reception at the IBC Show. The judging was carried out by a panel of 40 independent, experienced industry professionals, each with specialist expertise in one or more of the awards categories.

Winner in the category „Audio“ was the mc² 96 Grand Production Console of **Lawo**, German pioneering manufacturer of audio, video, control and networking technologies. The new Lawo flagship audio mixing console, launched at this year’s NAB Show in Las Vegas, has been specifically designed to provide optimal performance in video production environments through native support for all relevant IP standards: SMPTE 2110, AES67, Ravenna and Dante. Photo: Lawo’s Andreas Hilmer (right)



Innovation Award Winners

It is hard to imagine how the 40th incarnation of the PLASA show could have gone any better for **Elation**. Capping an exceptional show, the company's new full-featured Artiste Dali LED moving head and IP-rated Proteus Hybrid discharge-lamp moving head were both recognized as exceptional innovation with a „Award for Innovation“.

On hand to accept the awards were President Toby Velazquez and Sales Director Eric Loader. „Congratulations to our entire team who worked so hard on getting these new products to market.“ The Artiste Dali and Proteus Hybrid were acknowledged as ground-breaking innovation at a ceremony held at the Olympia Exhibition Center in London. „This is the first time the judges have seen a diffracted laser in an LED spot luminaire, making for a very versatile product“,



German Design Award

Die Ergebnisse des German Design Award 2018 sind da, und **LED Linear** ist gleich drei Mal unter den Gewinnern – mit den Leuchten Vesta, Lyra und Xootoo.

Für LED Linear ist es ein großer Erfolg, denn der German Design Award gilt als internationaler Premiumpreis des Rat für Formgebung. Sein Ziel: einzigartige Gestaltungstrends zu entdecken, zu präsentieren und auszuzeichnen.

Seit seiner Premiere 2012 ist der German Design Award stark gewachsen: Damals wurden der Jury rund 1500 Einreichungen präsentiert - in diesem Jahr waren es über 5000, mit je runde einer Hälfte im Bereich Excellent Product Design sowie im Bereich Excellent Communications Design. 758 Einreichungen kamen in diesem Jahr aus dem Ausland.



EQUIPMENT – AUSZEICHNUNGEN

Gold Star Award

Litec ist stolz darauf, dass sein MyT Folding Steroid-Dachsystem den Gold Star Award 2017 des US-amerikanischen Magazins PLSN (Projection, Lights & Staging News) in der Kategorie „Beste Neue Traverse“ erhalten hat

Diese Auszeichnung ist eine weitere Bestätigung, dass das MyT Folding Steroid-Traversenkonzept nicht nur dem Kundenbedarf entspricht, sondern auch, dass das Konzept auch von Branchenfachleuten honoriert wird.

Der Preis wurde unlängst auf der Fachmesse LDI in Las Vegas an Fabio Prada (Managing Director) und Andrea Santello (R&D Manager) überreicht.

Ein Video zum Steroid-Dachsystem findet sich auf Youtube:

www.youtube.com/watch?v=k8UEVy0vpUA



Nochmal: GDA 2018

Kürzlich honorierte die Jury **Atelier Seitz** mit dem German Design Award 2018 für den Messeauftritt der Wanzl Metallwarenfabrik GmbH auf der Euroshop 2017.

Für die dreidimensionale Weiterführung des Kommunikationskonzeptes „Uptrade“ kreierten die Architekten ein monolithisches Bauwerk, in Assoziation zu einem „Fels in der Brandung“. Von außen wurde eine schwarze Hülle, mit einzelnen massiven Boxen gestaltet. Auf der Hülle funkeln animierte Hashtags, als bildliche Metapher für die Verunsicherung im Retail. Die Außenhaut des Messestandes steht im harten Kontrast zum hellen, lebendigen Inneren des Standes mit einer Gesamtfläche von knapp 1.400 qm. Angelehnt an Shoppingmalls öffnet sich dem Fachbesucher eine überdachte Einkaufsmeile mit Concept Stores auf beiden Seiten.

LITECRAFT®

Für innen. Für außen. Für überall.
Jetzt mit IP-Steckverbindern für Strom und DMX



waterproof



MarsX.1



OutLED AT60.zoom



WashX.21



OutLED AT10.plus



PowerBarX.15

Exklusiv-Vertrieb
für Deutschland

LMP

LICHT.
LED.
TRUSS.
PYRO.
SERVICE.
WWW.LMP.DE

NOW!

EQUIPMENT



Beyerdynamic

IMPACTO UNIVERSAL D/A WANDLER

Wer unterwegs in bester Qualität Musik hören möchte, der nimmt einen High-Resolution-Audioplayer mit - und gute Kopfhörer, versteht sich. Zum Telefonieren ist außerdem das Smartphone dabei. So entsteht ein ganz schöner Gerätepark. Es geht aber auch einfacher und leichter - mit dem Impacto universal von beyerdynamic. Der kompakte D/A-Wandler und Kopfhörerverstärker „Impacto Universal“ von Beyerdynamic macht das Smartphone selbst zum Hi-Res-Player. Er dockt dazu am USB- oder Lightning-Anschluss an und versorgt drei Beyerdynamic-Kopfhörer mit audiophilem Klang: den Amironhome, den T 1 (2. Generation) und dessen portable Variante T 5 p (2. Generation).

Ein spezielles, extra für den Einsatz am Impacto entwickeltes Kabelmaterial macht die Zuleitungen besonders flexibel, da die sonst an USB-Geräten verwendeten Kabel dem Hersteller zu steif und für den dauerhaften mobilen Einsatz nicht belastbar genug waren. Zu den „inneren Werten“: Der Sabre32 Mobile Reference DACTM entschlüsselt High-Resolution-Audiosignale bis zu einer Auflösung von 32 Bit und 384 Kilohertz. Üblich sind in dieser Geräteklasse normalerweise 24 Bit/192 kHz. Selbst DSD-Signale (Direct Stream Digital) mit 2,8 und 5,6 Megahertz unterstützt der mobile Digital-Analog-Converter. Zur Kontrolle verfügt er über eine Hi-Res-LED. Leuchtet sie, schickt das Smartphone auch wirklich hoch auflösende Audioinformationen zum Wandler. Als Abspielprogramm kann der Nutzer seine bevorzugte Hi-Res-Player-App verwenden.

Das heißt: Die Klangqualität hängt nicht länger von den Bauteilen des Abspielgeräts ab. Stattdessen wandelt der DAC die hochaufgelösten Musikdaten zurück ins analoge Format und verstärkt sie - mit einer Präzision, die das akustische Potential des verwendeten Kopfhörers voll ausschöpft. Dabei kann der leistungsfähige Kopfhörerverstärker selbst 600-Ohm-Wandler wie im T 1 ohne Einschränkung versorgen.

www.beyerdynamic.de

NOW!

EQUIPMENT



Cameo Lights

ZENIT W 600 WASHLIGHT

Mit dem Zenit W 600 präsentiert die Adam Hall Group-Marke Cameo Lights ein High-Power-Washlight mit IP65-Schutzart für den Outdoor-Einsatz. Ausgestattet mit 40 x 15 W RGBW Cree-LEDs, erzeugt das Zenit W 600 eine Helligkeit von 21.000 Lumen für eine homogene und leistungsfähige Farbmischung. Dank hochauflösender 16-Bit-Technologie gelingen Farbwechsel und Dimmerfahrten in professioneller Qualität. Neben herkömmlichen DMX- und RDM-Verbindungen verfügt das LED-Washlight zudem über einen integrierten 2,4 GHz W-DMX-Empfänger für das drahtlose Senden von DMX-Befehlen.

www.cameolight.com



Chainmaster

CM-820 MIT 12-KANAL CONTROLLER

Chainmaster erweitert auf Grund der hohen Nachfrage die Steuerungsserie CM-820 um einen 12-Kanal Controller für direktgesteuerte Kettenzüge nach BGV-D8/DGUV V54 und D8plus.

Die linkbare Steuerungseinheit für 12 Kettenzüge besteht aus einem kompakten und robusten 19" Stahlblechgehäuse mit 6 HE. Frontseitig sind übersichtliche Richtungsvorwahlschalter mit LED-Richtungsvorwahlanzeige angeordnet, auf der Rückseite befinden sich 3 Multicore-Ausgänge für je vier Antriebe bis zu 1kW Motorleistung und 2 Schuko-Steckdosen für externe Verbraucher.

Weitere Produktfeatures sind neben einer integrierten Phasen- und Drehfeldüberwachung ein Hauptschütz für das GO-Signal und ein überwachter Not-Aus-Schutz. Alle Betriebszustände werden auf der Frontplatte über LEDs angezeigt. Das für den Linkbetrieb notwendige Zubehör ist im Lieferumfang erhalten.

„Mit der Steuerungsserie CM-820 können auch heranwachsende Unternehmen Projekte mit steigenden Anforderungen und erhöhter Antriebszahl realisieren. Kooperationen mit Partnerfirmen oder die Zumietung von zusätzlichen Steuerungen sind ebenso ohne weiteres möglich, wie die Verwendung als Einzellösung für kleinere Anwendungen“, so Alexander Hartung.

www.chainmaster.de

**Christie**

VELVET CORE PLUS LED

Mit Velvet Core Plus LED bietet Christie seit kurzem Designflexibilität für erschwingliche LED-Videowandlösungen mit umfassender Funktionalität an. Mit Pixelabständen von 1,2 bis 4,0 mm lässt sich die Architektur leichter auf gängige Auflösungen, einschließlich 4K, skalieren und dank integrierter und Remote-Optionen vollständig anpassen. Installation und Wartung können sowohl front- als auch rückseitig erfolgen. Das direkte Befestigungssystem ermöglicht eine geringe Installationstiefe von weniger als 100 mm und damit ein ADA-gemäßes, schlankes Design, das sich für öffentliche Räume, Kasinos, Freizeitparks, Kirchen und andere Gebetshäuser, Broadcast-Anwendungen sowie Kontroll- und Konferenzräume eignet.

Aufgrund optionaler integrierter Stromversorgung oder Fernspeisung bietet Core Plus erweiterte Installationsoptionen und gleichzeitig ein effizientes Wärmemanagement sowie die für den Dauerbetrieb erforderliche Redundanz. Es beinhaltet ein System zur direkten Befestigung und lässt sich so schnell und einfach auf flachen Wänden installieren. Damit entfällt die Notwendigkeit einer zusätzlichen Befestigungskonstruktion, was die Gesamtkosten weiter senkt. Darüber hinaus können Endnutzer mit dem neuen E600 Controller ganz einfach auf 4K/60Hz skalieren.

„Unsere Kunden müssen so beim Kauf einer verhältnismäßig preiswerten LED-Videowand nicht mehr auf wichtige Funktionen verzichten“, sagt David Griffiths, Director of Market Development EMEA bei Christie.

Christie freut sich außerdem bekanntzugeben, dass die Velvet Apex-Serie mit dem neuen E600 Controller und 4K60-Unterstützung die Leistung und Verwendung von 4K-Videowänden jetzt verbessert und vereinfacht. Das Design ist einfacher zu konfigurieren, und die Signalkette nutzt weniger Komponenten. Damit liefern die Lösungen artefaktfreies Video und ein verbessertes visuelles Erlebnis für das Publikum.

www.christieemea.com



Claypaky

AXCOR 300

The new Axcor 300 family of moving LED fixtures consists of a spot light, a wash light and a beam light, all driven by a white LED engine with a rated power of up to 180 Watts.

The Axcor Spot 300 has 17 gobos on 2 wheels, including 7 high quality dichroic rotating gobos. Weighing just 20 Kg and measuring a little over 500 mm, this unit incorporates features that are not often found in models of this size, like a rotating prism, a motorised iris, a soft edge filter, a 16-bit dimmer, and a 8-40° zoom.

The Axcor Beam 300 has an even more compact body - less than 500 mm – and is able to emit a super-concentrated solid beam with a beam angle as small as 2° and a surprising light output. The wealth and quality of its colors and aerial effects, its electronic focus and its 140 mm diameter front lens make the Axcor Beam 300 a good beam moving light in an application area, and the perfect replacement of a Claypaky Sharpy.

The Axcor Wash 300 has a 140 mm front PC lens and linear 5.5° - 42° zoom. Producing colors is its speciality: it is fitted with all the components you need to produce any shade of color you desire, with a light diffusion uniformity comparable to higher-end models.

A video teaser can be found here: <https://youtu.be/A6qpRsXM0Xw>



Cordial

CMK 234

Die Auswahl des passenden Mikrofonkabels ist immer eine Balance aus technischem Anspruch und verfügbarem Budget. Der süddeutsche Kabelhersteller Cordial erweitert daher sein Kernsortiment von Mikrofonkabeln mit Wendelschirm um das neue CMK 234.

Mit einem großen Leiterquerschnitt von 2 x 0,34 mm² ist das CMK 234 sehr langstreckentauglich, ähnlich dem bekannten CMK 250, bleibt dabei aber wegen des Aufbaus mit 26 x 0,127er Litze im Vergleich sehr flexibel.

Nach unten hin wird Cordials Sortiment der nachgefragtesten Kabel durch die günstigeren CMK 222 und CME 220 abgerundet. Lieferbare Längen (Meterware) sind 100/500 Meter auf Spule.

www.cordial.eu



Void Acoustics

OPTISCHE SOUNDPOWER EXTRAVAGANZA

„Change the way you look at music.“ ist das Credo des britischen Unternehmens Void Acoustics, in dem man akustische Perfektion mit Designästhetik verbindet. Void-Gründer Rog Mogale vertritt konsequent die Meinung, dass Soundsysteme nicht nur akustisch, sondern auch optisch besonders ansprechend sein sollten.

Speziell für Festinstallationen im Clubbereich hat man in vielen Locations ein Aufsehen erregendes Dance Stack im Einsatz. Mit der Nexus 6 als Mid-High-Element, welches durch einen Nexus Q im oberen Bass-Bereich und durch die letztjährige Neuvorstellung Nexus XL im Tief-Bass-Bereich ergänzt wird. In ihrer Optik stellt die Anlage einen echten Eyecatcher im Interior-Design eines Clubs dar, überzeugt aber laut Hersteller auch durch echte Soundpower.

Alle Produkte der Air Serie zeigen sich in futuristischem Design und bieten eine hohe Ausgangsleistung mit ermüdungsfreier Klangsignatur. Sie können in jeglicher Farblackierung bestellt werden und setzen einen stilistisch unverwechselbaren Akzent in jedem Architekturkonzept. Auch die Tri Motion bietet sowohl mit ihrer Form als auch ihren Leistungsdaten guten Klang und ansprechende Ästhetik.

Das jüngste Mitglied aus der Void Produktfamilie ist das elegant designte Arcline 8 Line Array System. Damit ergänzt das Unternehmen seine Aktivitäten im Touringsegment durch ein System mit einmaliger Frequenzwiedergabe und praktischer 120° Abstrahlcharakteristik, das ein schnelles und einfaches Rigging bietet.

Im Bild: Void Acoustics Marketing Manager Bryn Richards mit Messegast vor dem Nexus System; rechts im Hintergrund befindet sich eine weiß lackierte Air 8 in Kombination mit dem Venu 210i.

www.event-integrator.de / www.voidacoustics.de



HK Audio

VORTIS 2

Auf der Integrated Systems Europe 2018 in Amsterdam gab es auf dem Stand von HK Audio das Ergebnis einer gelungenen, offenen Kooperation zu sehen. Dort präsentierte das Unternehmen die ersten Installationslautsprecher der neuen Vortis 2-Reihe, die in Zusammenarbeit mit dem Spezialisten für bedarfsgerechte Evakuierungstechnik Gräf & Meyer, entstanden sind.

Wie alle noch folgenden Modelle sind sie nach EN 54-24:2008 zertifiziert. Auf Grundlage dieser Zertifizierung durch das unabhängige und akkreditierte Prüfinstitut CNBOP-PIB dürfen die Lautsprecher sowohl für Musikübertragungen als auch als Teil einer Sprachalarmierungsanlage eingesetzt werden. Die hohen Maximalschalldruckwerte sowie das anpassbare Richtverhalten der Vortis 2-Familie stellen sicher, dass die normativ geforderten Sprachverständlichkeitswerte auch in Umgebungen mit schwieriger Akustik und hohen Störschallpegeln erreicht werden können.

Fabian Reimann, Product Manager Installation, sagt hierzu: „Wenn Anforderungen aus dem Bereich der harmonisierten Sicherheitsnormen, Beschallungstechnik sowie der Systemintegration aufeinandertreffen, ergeben sich in vielen Projekten schnell komplizierte Problemstellungen. Zusammen mit unserem Elektronikpartner Gräf & Meyer möchten wir Fachplanern, Gebäudeausstattern, Architekten und Systemintegratoren die Unterstützung zukommen lassen, die für eine erfolgreiche Abwicklung auch komplexer Projekte notwendig ist.“

www.hkaudio.com

**Lang AG****INFI LED S 1.8**

Die hoch aufgelöste LED Installation auf dem letzten Messestand der Lang AG bestand aus sechs unterschiedlich breiten und rund 4,5 m hohen Stelen, die beidseitig mit jeweils 210 Infi LED s 1.8 LE Cabinets bestückt ist. Die Infi LED s1.8 LE zählt mit einem Pixelabstand von weniger als 2 mm, zu den höchst aufgelösten, für den Rental & Staging Markt optimierten LED-Produkten.

Die Spezialisten der Lang AG haben den Markt in letzter Zeit genau beobachtet und die einzelnen Produkte der führenden Hersteller unter die Lupe genommen. Nach einer Vorauswahl hat man noch die Meinungen der Kunden in Form eines Shootouts hinzu gezogen. „Zahlreiche Messungen und Tests sind erforderlich, um das optimale Produkt herauszufiltern. Die Infi LED s1.8 hat uns mit einer sehr guten Bildqualität überzeugt, die von einem durch die Blackpackage Technologie ermöglichten, hohen Kontrastverhältnis und neuem Processing begünstigt wird.“, resümiert Christian Czimny, Product Manager LED bei Lang.

Durch optimiertes Design mit rundum Kantenschutz und zusätzlichen Auf- und Abbauhilfen ist das LED Produkt sowohl für den Rental & Staging Markt als auch für Festinstallationen geeignet. Das Suffix LE (Lang Edition) kennzeichnet hierbei die Mitarbeit der Lang-Spezialisten an dem Produkt - vor allem in mechanischer Hinsicht.

Insgesamt hat die Lang AG in rund 600 qm der Infi LED s1.8 LE investiert und präsentierte auf der ISE mit der 100 w/m LED-Wand das internationale Debüt des final optimierten Equipments. Die intensive Zusammenarbeit mit Infi LED wird nun dauerhaft ausgebaut: Ab sofort ist die Lang AG technischer Servicepartner für die LED-Produkte des chinesischen Herstellers. Somit ist sie für Wartung, Support und Reparatur von Cabinets der ER-Serie, der s1.8 und der GM6 europaweit verantwortlich.



Laserworld

SHOWEDITOR V6

Laserworld hat die neueste Version der Laserworld Showeditor Lasershow-Software in Version 6 veröffentlicht. Verschiedene neue Funktionen wurden hinzugefügt und viele weitere Verbesserungen eingearbeitet.

Das Live Fenster wurde speziell für Einsteiger benutzerfreundlicher gestaltet: Es wird nun automatisch eine Standard-Show beim Programmstart geladen. Diese kann sowohl selbst angepasst als auch während der Nutzung immer wieder aufgerufen werden. Zudem wurden verschiedene Fader der Live-Oberfläche hinzugefügt, so etwa der Master-Helligkeits-, der Master-Geschwindigkeits- und der Farbverschiebungs-Regler. Diese erleichtern die Live Steuerung, speziell auch durch externe Fader-Controller (MIDI/DMX) nochmals deutlich. Das Timeline-Programmierfenster wurde um vorgefertigte Fade-Effekte ergänzt, die helfen das Lasershow-Programmieren mit dem Laserworld Showeditor zu beschleunigen und zu vereinfachen.

Alle Lizenzinhaber des Laserworld Showeditor 2015 können kostenlos auf die neueste Version 6 upgraden. Dazu einfach die neueste Version herunterladen und installieren

www.laserworld.com



LD Systems

MAUI P900

Mit der Maui P900 präsentiert LD Systems, eine Marke der Adam Hall Group, eine besondere Säulen-PA, die in Zusammenarbeit mit dem Porsche Design Studio entstand und laut Hersteller die Grenzen zwischen Technik, Kunst und Design auf völlig neue Art und Weise definiert. Auf der jüngsten NAMM Show in Kalifornien offiziell eingeführt, gehörte die Maui P900 auf der ISE Amsterdam ebenfalls zu den Highlights auf dem Messestand von Adam Hall.

Die Maui P900 steht für Wiedergabe-Klarheit und High-Definition-Sound. Das aktive 3-Wege-Säulen-System auf Class-D-Basis beherbergt 50 Neodym-Wandler (32 x 1-Zoll Hochtöner, 16 x 2,8-Zoll Mitteltöner, 2 x 10-Zoll Subwoofer) auf Basis der patentierten Wave Ahead-Technologie und dem Sonic Guide-Designprinzip, das die austretenden Schallwellen der Hoch- und Mitteltöner leitet und eine phasen- und zeitkohärente Wiedergabe ermöglicht. Das Ergebnis ist eine natürliche Klangwiedergabe über einen weiten Frequenzbereich von 42 Hz bis 20 kHz.

So außergewöhnlich sich die Maui P900 hinsichtlich ihres Designs und Wiedergabeverhaltens präsentiert, so einfach und komfortabel gestaltet sich der Aufbau und die Bedienung des Säulensystems: Ohne zusätzliche Verkabelung lassen sich die beiden Säulenelemente in wenigen Sekunden auf die Subwoofer-Basis aufstecken. Über nur zwei Regler für Main- und Sub-Level lässt sich das System zudem auch von unerfahrenen Anwendern präzise an jede Wiedergabesituation anpassen. Den Rest erledigt der integrierte DynX-DSP-Prozessor, der einen Headroom mit Transienten-Ansprache kombiniert und eine jederzeit transparente, verzerrungsfreie Wiedergabe ermöglicht.

Dank integrierter Bluetooth-Schnittstelle mit aptX-Technologie sind drahtlose Bluetooth-Übertragungen mit klarem, druckvollen Sound in CD-Qualität möglich.

Das System wird in den Farben weiß, grau und schwarz bei ausgesuchten Händlern exklusiv ab Mai 2018 erhältlich sein.



Meyer Sound

VLFC ELEMENTS

Meyer Sound kündigt die Einführung des VLFC Very Low Frequency Control Elements an, dem jüngsten Mitglied der Meyer Sound LEO Family von Line Array Systemen. Das VLFC ist das erste large-scale Lautsprechersystem, das speziell für viszerale Effekte bei Frequenzen unterhalb der Hörschwelle entwickelt wurde. Durch die Bündelung der Energie in einem schmalen Band zwischen 30 Hz und 13 Hz ist das VLFC in der einzigartigen Lage, extreme Luftdruckschwankungen zu erzeugen, die vom gesamten Körper als Kompressionswellen empfunden werden, während die Frequenzen am oberen Ende des Frequenzbereichs als donnernder Bass wahrgenommen werden.

Das VLFC ist ein self-powered System, in dem zwei 18-Zoll Tieftöner mit niedriger Resonanzfrequenz untergebracht sind. Die Stromversorgung erfolgt über einen zweikanaligen Class AB/H bridged Verstärker mit komplementären Mosfet-Endstufen, die für hohe Spitzenleistung und saubere Transienten-Wiedergabe auch bei extremen Betriebsbedingungen sorgen. Die Bassreflexöffnungen und die interne Struktur wurden optimiert, um eine maximale akustische Leistung in einer Oktave zu erzielen, die sich über die untere Grenze des menschlichen Gehörs erstreckt.

Das VLFC hat die gleichen Abmessungen wie Meyer Sounds 1100-LFC Low Frequency Control Element und erlaubt die Verwendung der gleichen Rigging Grits und Dollies. Wenn das VLFC mit dem 1100-LFC kombiniert wird, erzeugt diese Kombination eine lineare, kohärente Basswiedergabe von 13 Hz bis 100 Hz.

Zu den Anwendungen für das VLFC gehören das Hinzufügen von sehr niederfrequenten, viszeralen Effekten zu Hard Rock und EDM in Konzerten, Festivals und Clubs. Spezialeffekte in Kinos, Darbietungen und Attraktionen in Freizeitparks werden durch den VLFC ebenfalls in Szene gesetzt. Für die laufende „Worldwired“ Tour von Metallica, bei der bis zu 42 VLFC für eine starke Wirkung sorgten, die sich in großen Stadien bemerkbar machte, wurde eine begrenzte Anzahl von VLFCs vorab hergestellt.



Monacor

DTTA-2 UND DTRA-2 SIGNALWANDLER

Die beiden neuen Signalwandler der DT-Serie von Monacor heißen DTTA-2 und DTRA-2. Der DTTA-2 hat primär die Aufgabe, analoge Mikrofon- oder Line-Pegel-Signale in ein Dante-Audionetzwerk einzuspeisen. Dazu stehen zwei XLR-Eingänge mit einzeln schaltbarer 12-V-Phantomspeisung zur Verfügung. Zudem steht für Line-Signale eine 3,5-mm-Stereo-Klinkenbuchse zur Verfügung. Zusätzlich verfügt der DTTA-2 noch über zwei Dante-Empfangskanäle, deren Signale analog über eine 3,5-mm-Stereo-Klinkenbuchse ausgegeben werden. Diese können beispielsweise für Monitoring-Zwecke genutzt werden.

Am anderen Ende des Signalweges ist der DTRA-2 in der Lage, zwei Kanäle aus einem Dante-Audionetzwerk zu empfangen und als analoge Audiosignale bereitzustellen. Die Signale stehen an den XLR-Ausgängen und an einer 3,5-mm-Stereo-Klinkenbuchse zur Verfügung. Zudem bietet der DTRA-2 über eine weitere 3,5-mm-Stereo-Klinkenbuchse zwei analoge Eingangssignale, über die ein Signal in das Dante-Audionetzwerk eingespeist werden kann. Zum Testen der an den DTRA-2 angeschlossenen Audioanlage lässt sich ein Testsignal (weißes Rauschen) separat auf die Ausgänge schalten.

Beide DT-Komponenten benötigen eine 12-Volt-Betriebsspannung, die über ein passendes Netzteil oder aber auch über das Netzwerk (PoE) bereitgestellt werden kann.

Der Dante-Empfänger DTRA-2 gibt an den symmetrischen XLR-Ausgängen Signale von 0,85 V bis 4,8 V aus, am asymmetrischen Klinkenausgang 0,43 V bis 2,4 V. Die MIC/Line-Eingänge des Senders DTTA-2 besitzen eine Empfindlichkeit von 4,6 mV bis 4,6 V/18 k Ω . Die Dante-Module arbeiten mit einer Auflösung von 16/24/32 Bit und einer Abtastrate von 44,1/96 kHz.

www.monacor.de

**Movecat**

VMK-S LL KETTENZÜGE

Mit den VMK-S II Kettenzügen bietet Movecat Anwendern aus der Veranstaltungstechnik vier BGV C1 Kettenzüge mit hoher Flexibilität für den professionellen Einsatz. Die volldynamischen Kettenzüge der VMK-S Family repräsentieren den führenden Branchenstandard und erfüllen sämtliche Anforderungen für szenische Verwandlungen von Lasten über Personen. Das Portfolio umfasst vier Kettenzüge: Mini 125, Midi 250, Maxi 500, Mega 1250, und ermöglicht das Verfahren von Lasten im Bereich von 125 bis 1250 kg.

Jeder der vier VMK-S II Kettenzüge bietet stufenlos regelbare Geschwindigkeiten von bis zu 40 m/min im Closed-Loop-Modus, der Fahrten mit vollem Drehmoment über den Nullpunkt hinaus ermöglicht. Um auch in komplexen Produktionen die notwendige Verlässlichkeit zu bieten, lassen sich Positionen für präzise Ziel- und Synchronfahrten auf $< +/- 1$ mm exakt reproduzieren. Um im Anwendungsfall jederzeit einen unmittelbaren Überblick über die zu tragenden Lasten zu haben, verfügen die Züge über ein in die Einlochöse integriertes, wartungsfreies Echtzeit-Lastmessmodul (LME) inklusive SIL Prüffunktion. Dank der beiden unabhängigen und geräuscharmen Bremsen sowie der geräuschgedämpften Lager stellen auch Einsätze in akustisch sensiblen Umgebungen kein Problem dar.

Die VMK-S II Kettenzüge erfüllen die Vorschriften und Normen BGV C1/DGUV V 17/18, DIN 56950-1 sowie EN 61508. Darüber hinaus sind die Züge für SIL 3-Anwendungen ausgelegt. Movecat liefert die Kettenzüge zudem in geprüfter, betriebsfertiger Ausführung aus.

Mit der V-Motion E-Serie hält Movecat zusätzlich diverse Powerpacks für den Betrieb von geregelten Antrieben wie der VMK-S Family bereit. Die Reihe berücksichtigt Antriebe mit Motorleistungen von 250 bis 7500 W, von denen jedes Modell in ein- und zweikanaliger Achsrechner-Ausführung erhältlich ist.



Prolights

ECLIPSE FRESNEL

Die neue Eclipse Fresnel-Serie bietet professionelle LED-Stufenlinsenscheinwerfer mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis in der vergleichbaren 1200 W-Halogenklasse mit drei verschiedenen Varianten. Hierzu zählen eine warmweiße Kunstlicht (3200 K und CRI 96 Ra), eine kaltweiße Tageslicht (5600 K und CRI 95 Ra) sowie eine Tunable White Version (2800-10.000 K und CRI >95 Ra) mit dynamischer Regelung der Farbtemperatur:

Besonderer Wert wurde auf einen durchgehend hohen CRI Wert sowie auf gute Verarbeitungsqualität der gesamten Modellreihe gelegt. Jeder Scheinwerfer verfügt über eine 200 mm (8") große Fresnel-Linse, manuelle Fokussierung von 15° bis 45° und wird komplett mit 8-fach Torblende ausgeliefert.

Der Lichtstrom liegt je nach Typ zwischen 7938 lm (TW) und 13.350 lm (DY). Daraus ergeben sich in 3 m Distanz Lichtstärken von bis zu 11.199 lx. Die Kunst- und Tageslichtversionen arbeiten mit 200 W Hochleistungs-Weißlicht-LEDs, der TW Scheinwerfer mit einer 250 W Tunable White 6-Farb-LED-Engine aus rot, orange, cyan, royalblau, grün und limette. Dadurch ist auch eine Plus/Minus Grün- und Magenta-Korrektur möglich.

Die Ansteuerung erfolgt über DMX (inkl. RDM, XLR 5pol) sowie per Drehpoti am Scheinwerfer; Netzanschluss über PowerCON True 1 in/out. Die PWM-Frequenz ist zur Anpassung an verschiedene Kamertypen zwischen 600 Hz und 25 kHz justierbar.

Mit dem geringen Gewicht von nur 7,5 kg und einem leisen Lüfter eignen sich die Eclipse Fresnel als universeller und energieeffizienter Messe-Scheinwerfer, für TV-Studios sowie für Theater und Events.



Sennheiser

EVOLUTION WIRELESS G4

Sennheisers drahtlose Mikrofonserie „Evolution Wireless“ geht mit Vorstellung des „G4“ in die nächste Runde: Eine moderne Benutzeroberfläche, die erweiterte Schaltbandbreite und eine höhere Ausgangsleistung für die 300er und 500er Serie, neue Mehrkanalfunktionalität für die 100er Serie und ganz neue professionelle Kamera-Sets: Evolution Wireless G4 bietet laut Hersteller hervorragenden Klang und zuverlässige Drahtlosübertragung für Bands, Glaubenshäuser, Theater, Unternehmen, Bildungseinrichtungen sowie für Film- und Broadcast-Anwendungen. Die Serie wurde jetzt offiziell auf der NAMM vorgestellt und ist ab April 2018 erhältlich.

„Evolution Wireless G4 baut auf dem sehr umfangreichen Feature-Set von EW G3 auf, bietet noch mehr Leistungsmerkmale und hält dabei die Preispunkte der vorhergehenden Generation“, sagt Dennis Stegemerten, Produktmanager für G4. „Rückmeldungen der Anwender sind in die Verbesserungen eingeflossen. Wichtig ist außerdem, dass G4 mit allen Vorgängergenerationen kompatibel ist, so dass unsere Kunden vorhandenes Zubehör und ältere Geräte weiterhin nutzen und ihre Systeme Schritt für Schritt erweitern können.“

Nutzern der Vorgängerserie G3 sind die Serien 100, IEM, 300 und 500 vertraut, allerdings gibt es wichtige Erweiterungen: In der 500er Serie stehen neue ENG- und Film-Sets zur Verfügung, die 300er Serie hat drei neue Base Sets zur Auswahl, und die 100er Serie bietet weiter verbesserte Vocal Sets und ein ganz neues Combo-Set.

Kai Tossing, Portfolio Manager Business Communication: „Mit der Verfügbarkeit der G4-Serie wird es auch eine neue Version der Sennheiser Control Cockpit Software geben. Über diese Software können Drahtlossysteme in Echtzeit zentral über einen Webbrowser auf dem Smartphone, Tablet oder Laptop gesteuert werden. Sennheiser Control Cockpit ist dabei nicht nur mit Speech Line Digital Wireless und den neuen G4-Systemen kompatibel, sondern auch mit der Serie Digital 6000.“

www.sennheiser.com



Sommer Cable

SYSTRUNK

Für alle, die auf der Suche nach flexiblen und modularen Installationskomponenten sind, hat Sommer Cable jetzt Neuigkeiten: Der Anbieter von professioneller Kabel- und Anschluss-technik im Audio- & Video-Bereich erweitert seine Sysboxx-Serie. Sysboxx steht schon seit langem für ausgeklügelte Modulargehäuse-Systeme im Installations- und Entertainment-Bereich - ob für Rack, Boden, Tisch oder Wand. Laut Hersteller schätzen insbesondere Profis die unzähligen Kombinationsmöglichkeiten.

Der Systrunk ist nun der neueste Spross der Produktfamilie. Er kann als Brüstungskanal und als Medienanschluss-Säule verwendet werden. Elegante und robuste Anschluss-Lösungen lassen sich auf diesem Weg einfach realisieren. Durch ein integriertes Verbindungssystem können Kanaleinheiten kraft- und formschlüssig in der Länge verbunden werden.

„Nie wieder bohren oder fräsen, nie wieder teure Sonderanfertigungen“ lautet das Konzept hinter dem Sysboxx-Baukastensystem. „Unser neuer Systrunk reiht sich hier nahtlos ein, indem er Stabilität, Flexibilität und Optik kombiniert. Damit ist er meines Erachtens anderen Kanalsystemen überlegen“, betont Peter Rieck, Key-Account & Distribution Manager bei Sommer Cable.

Der Systrunk verfügt über rückseitige Löcher zur einfachen Montage, einen innenliegenden Kanal für Gewindeeinschübe und lässt sich mit Frontblechen aus dem Sysboxx-Programm bestücken. Ab sofort ist das Systrunk-Profil von 2 m Standardlänge bis zu Sonderlängen von bis zu 6 m und in verschiedenen Farben erhältlich.

www.sommercable.com

EQUIPMENT



Stage Tec

AVATUS MISCHPULT

Stage Tec, Berliner Hersteller professioneller Audiotechnik, präsentierte erstmals auf der IBC das neue IP-Mischpult Avatus. Dieses unterscheidet sich von den bisherigen Konsolen durch drei Neuerungen: Das Pult bietet eine IP-basierte Anbindung an die Audioverarbeitung. Außerdem sind 21 Zoll große Multitouch-Screens für Anzeige- und Bedienfunktionen vorhanden. Die dritte Veränderung betrifft die Bedienphilosophie, die nicht mehr technisch ausgerichtet ist. Stage Tec setzt im Avatus jetzt auf eine Workflow-orientierte Bedienung, bei der die Touch-Screens immer nur die gerade relevanten, kontextbezogenen Funktionen anzeigen.

Die IP-basierte Anbindung bietet neue Möglichkeiten, Infrastrukturen aufzubauen. Waren die Module bislang relativ starr in einer Konfiguration angeordnet, ist jetzt jedes Modul ein Teilnehmer eines Netzwerkes. Jedes Modul erkennt seine Position im Mischpult und wird entsprechend konfiguriert und mit Parametern versorgt. Die Module können aus der Oberfläche entnommen, frei konfiguriert und innerhalb des Netzwerks an einem beliebigen Ort verbaut werden. Dabei entsteht ein verteiltes System, das Remote-Produktionen ermöglicht. Die Bedienoberfläche wird nur aus drei verschiedenen Kassettentypen bestehen, zentrale Kassetten gibt es nicht mehr. So können mehrere Anwender an einer Konsole an verschiedenen Orten arbeiten.

Unterstützt wird die dezentrale Arbeitsweise durch die Multitouch-Screens, von denen jeder den Zugriff auf alle Parameter und zentrale Funktionen der Audioverarbeitung erlaubt. Ein neues Feature ist die farbliche Codierung von funktionalen Einheiten. Es unterstützt die Anwender und erlaubt eine schnelle, intuitive Arbeitsweise. Die Farbcodierung, die über LEDs in jedem Drehgeber realisiert ist, zeigt an, mit welcher Funktion der Drehgeber aktuell belegt ist. Auch die Fader sind farbcodiert und gewährleisten bei großen Projekten einen schnellen Überblick.

Avatus stellt mehr als 800 Eingangskanäle und 128 Summierbusse bereit. Die Breite der Kanalformate reicht von Mono bis zu 7.1. In die Bedienung integriert sind Features wie der DeEsser als Audiomodul, Loudness Metering und der Stage Tec-Automixer. Die Größe variiert zwischen 12 und 96 Bedienstreifen. Das Pult ist in das Audionetzwerk Nexus eingebunden und bietet sämtliche Interfaces an, die auch Nexus unterstützt.

www.stagetec.com



Yamaha

RIVAGE PM7

Zur ISE2018 wurde jetzt Yamahas Rivage PM7 vorgestellt. Dabei handelt es sich um ein neues digitales Mixingsystem, welches dank integrierter Technik anpassungsfähig und gleichzeitig portabler als das Rivage PM10 ist. Dennoch werden sich die Nutzer des großen Yamaha-Flaggschiffs auch bei der Neuerscheinung sofort heimisch fühlen.

Die zentrale Komponente des PM7 bildet die digitale CSD-R7-Mixingkonsole. Zwar verfügt diese über dieselben Ausmaße wie das Bedienpult des PM10, doch ist hier die DSP-Engine gleich integriert. Dadurch wird das System besser transportierbar und anpassungsfähiger, ohne dass sich bei der Bedienung etwas ändert.

Das PM7 verfügt über 120 Eingangskanäle, 60 Mixbusse, 24 Matrix-Kanäle und eine umfassende Auswahl an 48 Plugins von hoher Qualität. Somit kommt es an die Leistungsdaten vom PM10 heran. Eine Dual-Konsolen-Funktion erlaubt eine Verbindung der CSD-R7-Konsole mit den PM10-Bedieneinheiten CS-R10 und CS-R10-S. Das heißt, dass beispielsweise eine zusätzliche CS-R10-S als FOH-, Monitor- oder Erweiterungskonsole eingesetzt werden kann - je nach Platzangebot Aufstellungsmöglichkeiten und benötigter Systemgröße.

Das Rivage PM7 unterstützt Yamahas TWINLANE-Netzwerke sowie Dante – oder auch beide Protokolle gleichzeitig. Daher können anpassungsfähige Audioanlagen mit hoher Kapazität designt werden. Die firmenintern entwickelte TWINLANE-Technologie arbeitet mit optischen Kabeln und einer Kapazität von bis zu 400 Audiokanälen. Die Kombination von RPi0622- und/oder RPi0222-I/O-Racks mit HY256-TL- oder HY256-TL-SMF-Audio-interface-Karten ermöglicht eingangsseitig die Verwendung von Hybrid-Mikrofonvorverstärkern mit analogen Eingangsstufen. Auf digitaler Seite wurden die Übertrager-Eigenschaften und der SILK-Prozessor von Rupert Neve Designs über den Einsatz von VCM-Technologie („Virtual Circuitry Modeling“) nachmodelliert, was für einen plastischen, musikalischen Sound sorgt.

www.yamahaproaudio.com

DER PARTY LÖWE

Event – Organisation – Catering



Auf die richtige Rezeptur kommt es an.

Wir haben die feinsten Zutaten und raffiniertesten Rezepte für außergewöhnliche Veranstaltungen jeder Größe, kombiniert mit kulinarischen Inszenierungen.

Für Sie als Gast bedeutet das: Einfach Platz nehmen und genießen.

Der Party Löwe GmbH & Co. KG

Augsburger Straße 2 | 30880 Laatzen | info@partyloewe.de

Telefon (0511) 80 80 30 | Telefax (0511) 875 6184 | freecall bundesweit 08000-80 80 30

www.partyloewe.de

Im Test**OPTOGATE MINI AUDIOLAB V3**

Optogate ist bekannt als Entwickler und Hersteller von professionellen Lösungen, die das Techniker-Leben einfacher machen sollen: Mess- und Testgeräte für Audiosignale und Impedanzen, automatische, fernsteuerbare Mikrofonlifte und natürlich das eigentliche Optogate: Das PB-05 und seine Geschwister erkennen anhand eines Infrarotsignales, ob jemand vor dem Mikrofon steht und schalten dieses dann ein. Steht niemand mehr vor dem Mikrofon, schaltet das Optogate das Mikrofon wieder ab - und zwar geräuschlos. Mit diesem kleinen Helferlein räumen Techniker weltweit ihren Live-Mix auf.

Auf der letzten Prolight & Sound wurde nun das Mini Audiolab V3 vorgestellt: Das weiße, hochwertig verarbeitete Metallgehäuse, das von den Abmessungen ungefähr einer althergebrachten Videokassette ähnelt, wird über einen Touchscreen bedient und bietet dem Techniker viele Möglichkeiten, ein - oder ausgehende Signale bei Live-Produktionen zu testen.

Doch zunächst zum Äußeren: Wie von Optogate gewohnt, ist das Gehäuse aus Metall und bietet somit von Haus aus eine Haptik, die Kunststoffgehäusen überlegen ist. Man hat eben etwas ordentliches in der Hand. Das Touchdisplay auf der Oberseite reagiert sicher, wie man es von Smartphones gewohnt ist. Die Neutrik-Buchsen und der On/Off-Schiebeschalter tun ihr übriges, um die Gewissheit zu haben: Hier ist etwas, das im Tonkoffer und auf Bühnen auch mal einen etwas weniger zaghaften Umgang wegstecken kann.

Gespeist wird das Mini Audiolab V3 über eine 9 Volt Block-Batterie oder über ein optional erhältliches Steckernetzteil. Zwei Drehpotis erlauben die Anpassung des Mikrofon- und des Ausgangspegels. Eine Kopfhörerbuchse gibt die Möglichkeit, gemessene Signale zu hören. So kann man z.B. einfach mal kurz in den In-Ear-Weg der Sängerin reinhören. Schwammig-blumige Aussagen wie „Mein In-Ear wubbselt irgendwie“ kann man so in eine für Techniker

verständliche Sprache „übersetzen“.

Neben den XLR In- und Out-Buchsen ist auch noch eine 4-pol Speakon Buchse an Board. Rückseitig findet man eine Klinkenbuchse, die als Eingang für Line-Signale fungiert und zwei Buchsen für die beigelegten Messkabel. Hiermit lässt sich Spannung von Batterien messen und der Durchgang von Kabeln prüfen.

Doch was kann das Mini Audiolab V3 denn nun? Eine ganze Menge, wie sich in der folgenden Aufzählung zeigen wird

- Der Sine-Wave-Generator gibt eine Sinuswelle aus, die in der Frequenz in Terzschritten durchgestept werden kann. Gleichzeitig wird im Display der Pegel angezeigt.
- Mit dem definierten Burstsignal (1Sek. an/1Sek. aus) lassen sich einfach und schnell RT-Messungen in den ISO-Frequenzen durchführen.
- Das Pink-Noise-Signal füttert den RTA vom Techniker und entspricht den gewünschten -3dB/Oktave.
- Der Delay-Modus gibt eine Dirac Pulsfolge auf die PA. Stellt man sich nun dem Mini Audiolab V3, an die Stelle, an der die Delay-Line platziert werden soll, zeigt das kleine Kästchen die Entfernung in Metern und die einzustellende Verzögerung an. Man muss allerdings etwas mit dem Eingangsregler und dem Threshold-Wert experimentieren, bis man den richtigen Wert angezeigt bekommt. Dennoch: Einfacher geht es kaum.
- Mit dem Menüpunkt Polarity lässt sich klarstellen, ob ein Lautsprecher phasengedreht ist, oder nicht. Hierzu empfängt das interne Mikrofon ein vom Mini Audiolab V3 generiertes Signal und ermittelt die Phasenlage. Angezeigt wird dies über ein „+“ oder ein „-“ im Display.
- Über den Button „Inline“ gelangt man in einen Unterpunkt, der die (hoffentlich) anliegende Phantomspeisung an Pin 2 und Pin 3 misst und anzeigt. Da die internen Messwiderstände im Mini Audio Lab eine Belastung für die



Phantomspannung darstellen, liegt der angezeigte Spannungswert bei knapp 40 Volt, wenn kein Kondensatormikrofon angeklemt ist, das sich auch noch etwas Strom genehmigen würde.

- Der Cable/Bat -Modus führt in den oben beschriebenen Bereich zur Messung von Spannung und Durchgang über die Messkabel-Buchsen.
- Bleibt noch der Feedback-Modus: Hier wird das aus der Anlage kommende Signal auf Überbetonungen geprüft. Im Display erscheint die zu Rückkopplungen neigende Frequenz und darunter die Frequenz, die am Terzband EQ reduziert werden muss, um das Problem zu beheben.

Fazit

Das Mini Audiolab V3 ist ein kleiner Allrounder, den man aus dem Koffer holt, wenn irgendwo Probleme in der Übertragung von Schall auftreten. Selbstredend ersetzt solch ein Gerät keine teure Messsoftware, aber das ist

auch gar nicht der Anwendungszweck: Das Leben eines Technikers besteht nun mal nicht nur aus Großveranstaltungen mit vielen Helfern und genug Aufbauzeit. Vielmehr hält das Leben „on the road“ schlechtgelaunte Hallenmeister, Bierverkäufer und Caterer vor. Stagehands sind sowieso nie da und die Fremd-PA sieht aus, als wäre sie vor 17 Jahren das letzte mal reconed worden.

Und man selbst hat die vierte Veranstaltung in Folge hinter sich, die Ohren klingeln unablässig und das Gehirn meldet erheblichen Schlafmangel.

Genau hier hilft das Mini Audiolab V3! Problemen auf den Grund gehen und ausmerzen, während der Hausmeister noch die Bühne fegt.

Das Mini Audiolab V3 funktioniert zuverlässig und ist selbsterklärend, ein Help-Button ruft im Fall des Falles Hilfsbilder nach dem IKEA-Prinzip auf. Mehr Informationen über das überaus praktische Multitool gibt es direkt bei Axel Joost.

www.optogate.com

Rosi Marx mit Peter Schädel (Meyersound)



6 FRAGEN AN ROSI MARX ETC

Durch die im letzten Jahr akquirierten Moving Lights- und Steuerkonsolen-Profis von High End Systems kommt in diesem Jahr ein weiterer Stand für ETC auf der Prolight + Sound in Frankfurt hinzu. Eine Herausforderung.

Wie gestaltet ETC seinen Messeauftritt in diesem Jahr?

Der ETC-Stand ist in diesem Jahr genauso groß wie im letzten Jahr. Durch die Übernahme der Distribution von High End Systems sind wir allerdings jetzt auch für den Messeauftritt von High End Systems verantwortlich. Somit haben wir zusätzlich einen weiteren Messestand mit über 130 Quadratmeter in Halle 4.

In diesem Jahr richtet ETC erstmalig das Hog Factor-Finale auf der Prolight + Sound aus. Was verspricht sich das Unternehmen davon?

Wir sind in diesem Jahr zum ersten Mal für den Hog Factor verantwortlich. Dieses Event wurde von AED, dem früheren Vertrieb von High End Systems, ins Leben gerufen - und ETC setzt diese Tradition fort. Mit dem Hog Factor können wir jungen Leuten, Auszubildenden oder Studenten die Möglichkeit bieten, ein mächtiges Live-Rig zu steuern.

Was erwartet die Besucher beim Hog Factor Finale?

Ist der Wettbewerb nur für die Licht-Branche interessant?

Der Wettbewerb bietet eine sehr gute Unterhaltung für alle Messebesucher, da die Teilnehmer - davon kann man ausgehen - sehr interessante Interpretationen zu „Never Give Up“ von Sia in Licht umsetzen werden. Außerdem wird das Spektakel mit Sicherheit zu einem Treffpunkt zum Netzwerken und zum Austausch innerhalb der Branche. Wir erwarten viele Hochkaräter - und solche, die es werden möchten.

Häufig hört man: Fachmessen sind heute nicht mehr so wichtig für die Vorstellung von Produktneuheiten geht – dafür umso wichtiger für das Netzwerken. Stimmt das?

Natürlich gibt es inzwischen sehr viele andere Kanäle und Möglichkeiten, sich über Neuerscheinungen zu informieren. Doch das ist kein Nachteil: Die Fragen der Messebesucher haben sich entsprechend geändert und sind sehr viel konkreter geworden, weil sich viele bereits vorab im Internet informieren. Auf der Messe möchten sie das Produkt aber dann doch live erleben. Die Möglichkeit, etwas zu berühren und Hands-on auszuprobieren bieten virtuelle Medien eben doch nicht. Und ja: Netzwerken ist ein zentraler Punkt.

Fährt High End Systems mit dem Messeauftritt eigentlich ein eigenes Konzept, oder ist es in die ETC-Philosophie integriert?

Der Auftritt der beiden Marken ist sehr unterschiedlich, da sich die Produkte auch in verschiedenen Marktsegmenten bewegen. ETC ist eher theaterlastig und im Festinstallations-Bereich positioniert, während High End Systems Produkte und Lösungen für Live Events anbietet. Gemeinsam haben beide Auftritte daher ein motiviertes Team - und den weichen Teppichboden, der das lange Stehen bei Messen viel erträglicher macht.

Messtage sind anstrengend und erlebnisreich. Auf was freut man sich am meisten?

Ich freue mich auf die vielen alten und neuen Kontakte, die über die Jahre zu Freunden geworden sind, da man sich oftmals nur auf den Messen sieht. Und natürlich die stündlichen Shows auf dem High End-Stand. Da wird einiges geboten.



FoodMafia

COOKING IS NOT A CRIME



Ein Workshop, der begeistert

In einem eintägigen Workshop hat Kaiserschote Feinkost Catering zwölf Studierende der International University of Applied Sciences aus dem nordrhein-westfälischen Bad Honnef fit gemacht im Bereich „Professionelles Managementwissen für Event-Catering“. Bereits seit fünf Jahren bietet das Cateringunternehmen zielorientierte Praxiskurse für ambitionierte Nachwuchskräfte an.

Kaiserschote vermittelte den angehenden Bachelor-Absolventen der Fachrichtung „Internationales Eventmanagement“, wie man mit inspiriertem Catering langfristige Erinnerungsmomente schafft und für Veranstaltungen aller Art das passende kulinarische Konzept kreiert. Unter dem Motto „Das Bewährte bewahren und das Neue wagen“ begleitet man aktuelle Trends auf moderne und angemessene Art. Dazu werden frühzeitig Lebenseinstellungen und sich wandelnde Essgewohnheiten aufgespürt, um für jede Art von Kundenbedürfnis die adäquate kulinarische Interpretation zu finden.

Den Workshop startete das Unternehmen mit Vorträgen zu den aktuellen Food-Trends 2018. Beim anschließenden Praxisteil standen eine Unternehmensführung und ein Probeessen am 3D + X Buffet auf dem Programm. Ob als „vegane Quadratmeter“, Themenbuffet, Dessertinsel oder Raumteiler – mit dem aktuellen Food-Trend kann Kaiserschote durch vier verschiedene Bestückungsmöglichkeiten viele Genuss-Variationen als „Essen an der Wand“ inszenieren.

„GourMeat“ mit Sternekoch

„GourMeat“ ging in die nächste und damit bereits fünfte Runde. Pünktlich zum Start ins neue Jahr hatte Küchenchef Philipp Di Mineo vom Stuttgarter Restaurant Pier 51 prominente Unterstützung eingeladen: Tristan Brandt, Küchenchef des Opus V in Mannheim und mit zwei Sternen des Guide Michelin ausgezeichnet, wirkte als Gastkoch am Herd mit.

Das Konzept von „GourMeat“ wurde von Di Mineo entwickelt und findet mehrmals jährlich in Kooperation mit herausragenden Köchen statt. Steakhauskultur wird mit den Feinheiten der Gourmetküche verbunden, den Gästen wird somit in lockerer Atmosphäre ein Abend auf Sterne-Niveau geboten.

Hinter dieser Aktionsreihe steht das Unternehmen Rauschenberger Catering & Restaurants, welches zu den führenden deutschen Unternehmen im Segment der Fine-Dining Gastronomie und der Eventcateringbranche zählt. Räumlich ist der Fokus bei den Restaurants und Eventlocations auf den Großraum Stuttgart gerichtet, im Bereich Eventcatering bedient Rauschenberger bei Bedarf auch das europäische Ausland.



„Digital“ und „visuell“ sollen Genusserlebnis steigern

Maison van den Boer hat ein Konzept entwickelt, um die digitale Transformation im Eventcatering sichtbar zu machen. Unter dem Titel „A new spin on dining“ fasst das Konzept mehrere Möglichkeiten zusammen, Eventcatering im Rahmen einer Veranstaltung neu zu visualisieren und damit zu einem Teil des Entertainments zu machen.



Dazu Fleur Pols, Account Managerin bei Maison van den Boer Deutschland in Hamburg: „Wir möchten unser Image als kreativer und innovativer Caterer nicht nur pflegen, sondern weiter ausbauen. Dafür haben wir ‚digital‘ und ‚visuell‘ in unsere Kreationen integriert. Nicht, um von den Speisen abzulenken, sondern um ihnen noch mehr Raum zu geben.“

„A new spin on dining“ soll daher zum „Schlemmerfest für die Augen“ werden und die perfekte Zubereitung der Speisen als Teil einer visuellen Genusswelt darstellen. Dafür gibt es 3D Animationen, projizierte 3D Visuals, eine mobile Hologramm-Box und einen 3D-Drucker. Im Zentrum bleiben die Gerichte, die Maison van den Boer vier Kategorien zuordnet, um unterschiedlichen Veranstaltungsanlässen gerecht zu

werden: klassisch, basic, modern und extrem. Die Visual-Artistin Noralie generiert daraus künstlerische Food-Animationen, in denen die einzelnen Zutaten der Speisen eine Hauptrolle übernehmen.

Es geht aber auch dezenter. Dafür platziert der Eventcaterer auf jedem Tisch eine Hologramm-Pyramide, die die Food-Animationen dreidimensional präsentieren. Ein 3D-Drucker zählt ebenfalls zur Kampagne. „Man kann ‚digital‘ zwar nicht essen, aber für die Präsentation nutzen - als dreidimensionale oder auch holografische Bewegtbilder und Stills“, so Fleur Pols. „Damit möchten wir Gelegenheit bieten, sich beim Eventcatering intensiver mit den Speisen auseinanderzusetzen und gleichzeitig die Kommunikation anregen.“



Cup Concept Mehrwegsysteme GmbH

Das deutsche Unternehmen mit Hauptsitz in Sexau bei Freiburg i. Br. betreut Sie mit einem vollständigen Angebot in sämtlichen Fragen rund um den Mehrwegbecher. Als Systemdienstleister bietet Cup Concept Ihnen umfassende professionelle Beratung über Service, Verkauf, Vermietung, Logistik und Spülservice. Cup Concept garantiert dabei als Branchenmarktführer gleichbleibend höchste Qualität und Kompetenz.

Bedruckung - Individualität - Markenpräsenz

Cup Concept bietet die Möglichkeit, Becher individuell mit Illustrationen bedrucken zu lassen. Hierfür stehen unterschiedliche Techniken zur Verfügung (Siebdruck und In-Mould-Labeling), die sowohl einfache Grafiken als auch fotografische Abbildungen in herausragender Qualität ermöglichen und so eine optimale Markenpräsentation gewährleisten - Schluck für Schluck.

Individuelle Lösungen für Konzerte, Festivals, Arenen und Stadien

Besonderes Augenmerk richten wir seit vielen Jahren auf die Versorgung von Konzerten, Festivals, Arenen und Stadien mit gebrandeten Mehrwegbechern. Die Ausgabe von mit Motiven bekannter Künstler oder Sportler bedruckten Bechern im Pfandsystem zeigt sich hierbei als ein äußerst erfolgreiches Konzept.

Aufgrund der intensiven gemeinsamen Zusammenarbeit mit Betreibern, Caterern, Vereinen und Brauereien bieten wir Ihnen individuelle Lösungen auf höchstem Niveau, die nicht nur ökonomische und ökologische Interessen aller Beteiligten berücksichtigen, sondern auch den Gästen ein angemessenes Qualitätsprodukt zur Verfügung stellen.

Cup Concept betreibt in Deutschland sechs bundesweit verteilte Service-Stationen. Jede dieser Stationen vermietet jährlich Millionen von Mehrwegbechern. Mit dem dabei gewonnenen Know-how werden sämtliche Produkte in punkto Handling, Spülbarkeit und Design ständig optimiert.



Deshalb ist Cup Concept ...

- seit mehr als 10 Jahren präsent bei fast allen großen Rock- und Pop Events in Deutschland
- Partner sehr vieler Fußballbundesligastadien
- Lieferant führender Brauereien und Getränkehersteller.

the place for your drinks

www.cupconcept.de

07641 – 95429-0

info@cupconcept.de

MEHRWEGBECHER

Verkauf . Vermietung . Spülservice . Bedruckung

Eventcatering zwischen Individualität und Effektivität

Das Research Institute for Exhibition and Live-Communication (RIFEL) veröffentlicht im Auftrag der Fachmesse Best Of Events eine Studie, die zukünftige Entwicklungen und Trends im Bereich Eventcatering beleuchtet.

Trends sind im Rahmen der Studie vor allem mittelfristige Veränderungsprozesse, die von den Lebensgefühlen der Menschen geprägt werden und sich in den Konsum- und Produktwelten bemerkbar machen. Zugleich betrifft dies aber auch kurzfristige, durch medialen Einfluss verstärkte Trends, die einen modischen Charakter aufweisen, aber dennoch auch soziokulturelle oder Wertewandel-Prozesse reflektieren. Wesentliche gesellschaftliche Trends, die oftmals stark lifestyle-orientiert sind, werden im Eventcatering aufgegriffen. Dies spiegelt sich beispielsweise im Bio- und Gesundheitstrend oder angesagten Streetfood-Konzepten.

Die Basis des Trendberichtes bilden eine umfassende Sekundäranalyse sowie eine Fokusgruppendifkussion mit Mitgliedern der Leading Caterer (LECA). Die führenden Experten brachten wichtige Erfahrungen, ihr Fachwissen und ihr Gespür für die Branche ein, so dass wichtige Entwicklungen und Schwerpunkte diskutiert und hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Branche bewertet werden konnten. Erstellt wurde der vorliegende Bericht von der Technischen Universität Chemnitz.

Folgende Trends im Eventcatering konnten im Rahmen der Studie identifiziert werden:

- **Catering** ist nicht mehr leckeres Beiwerk von Events, sondern steuert eigene Catering-Konzepte zur Inszenierung bei. Das heißt auch, der konzeptionelle Anspruch an das Eventcatering wird in den nächsten Jahren weiter steigen.
- **Eventcatering** muss ein Gespür für Lifestyle und gesamtgesellschaftliche Trends haben, diese in Catering-Konzepte übersetzen und kreativ inszenieren. Aktuell spielen beispiels-

weise von internationalen Hotspots inspirierte Streetfood-Konzepte eine wichtige Rolle für das Eventcatering.

- Jüngere Generationen bringen neue Ernährungs- und Konsumgewohnheiten ein, die auch das Catering beeinflussen.
 - Vor diesem Hintergrund sind Nachhaltigkeit und Regionalität als Anforderung im Eventcatering keine kurzlebige Modeerscheinung, sondern auch in den nächsten Jahren ein wichtiger Trend.
 - Eine gesunde Ernährung ist auch in den nächsten Jahren „in“ und markiert unter dem Stichwort Healthy Food einen weiteren Trend, der das Eventcatering zukünftig prägen wird.
 - Es wird eine außergewöhnliche Präsentation der Speisen und Getränke vom Eventcatering erwartet. Die Präsentation der Speisen trägt sogar häufig selbst Event-Charakter.
 - Die Digitalisierung wird als Trend zunehmend auch das Eventcatering erreichen. Prozesse im Bereich der Planungs- und Angebotsphase könnten in den nächsten Jahren vollständig digitalisiert werden. Aber auch die Kundenintegration wird in den kommenden Jahren verstärkt über Online Kanäle erfolgen. Auch hier wird der Trend durch jüngere Generationen getragen, deren Lebenswelten durch digitale Geschäftsmodelle stärker geprägt sind.
 - Die Notwendigkeit zur Steigerung ihrer eigenen Effizienz der Eventcaterer ist eine Herausforderung, der in den nächsten Jahren mit qualifiziertem Personal und ganzheitlichem Prozessmanagement Rechnung getragen werden muss.
- Ausführliche Auszüge der Trendstudie folgen in der kommenden Ausgabe.*



vomfeinsten

Fullservice – Rundum versorgt!

Alles aus einer Hand, zuverlässig, aufeinander abgestimmt und mit Qualitäts-Garantie, das ist unser Fullservice Angebot für Sie.

Von der Suche nach der perfekten Location über die Zusammenstellung des Caterings bis zum High Class Unterhaltungsprogramm:
Nach Ihren Vorstellungen entwickeln wir die gesamt-konzeptionelle Planung.

Wir arbeiten nur mit Profis und vertrauen auf deren Expertise, Qualitätsanspruch und Flexibilität, die uns ein Event-Design vomfeinsten ermöglichen.

Genießen Sie Ihr Event vomfeinsten, genauso wie Ihre Gäste.

vomfeinsten Catering & Service GmbH - Werner-von-Siemens-Straße 7 - 30982 Pattensen
Tel.: 0 51 01/85 70 100 - Fax: 0 51 01/85 70 190 - kontakt@vfcatering.de - www.vfcatering.de



**André Karpinski mit
Reiner Calmund**

Sicher ist sicher: Probecatering vorab

Ein Beispiel für gelungenes Eventcatering fand im letzten Sommer im Kölner Palladium statt: Eine große Weltmeister-Charity-Gala von Fußballnationalspieler Toni Kroos.

Unter dem Motto „Ein Abend, um Lebensfreude zu schenken“ sammelte der Superstar von Real Madrid zusammen mit seiner Frau Jessica Faber und den rund 500 Gästen eine beachtliche Spendensumme für die Kroos-Stiftung ein, mit der schwer kranke Kinder, deren Familien und soziale Einrichtungen unterstützt werden.

Für Feinkost-Caterer Kaiserschote war die Kroos-Charity-Gala hingegen ein Abend, um kulinarische Freude zu schenken. Als exklusiver Partner verwöhnte das Unternehmen aus Pulheim die Gäste vom Anpfiff bis zur Schlussphase. Laut Geschäftsführer André Karpinski waren die Gäste am Ende vom ganzheitlichen Ansatz begeistert.

Als „Warm-up“ servierte man Begrüßungs-Snacks in professioneller Fußball-Optik, wobei ein mit grünem Kresse-Rasen bepflanzter Tisch mit Markierungen und Toren das Spielfeld sym-

bolisierte. Mit gehackten Kräutern und Blütenblättern marinierte Mozzarella-Bällchen, die die Gäste mit kleinen Eckfährnchen wegpicken konnten, wurden von Tipp-Kick-Figuren flankiert. Es folgte ein ausgetüfteltes Drei-Gang-Menü zum Thema, und selbst für Vegetarier hatten sich die Spezialisten zu jedem Gang etwas Besonderes einfallen lassen.

Um kulinarisch für die Benefiz-Gala gerüstet zu sein, hatte Kaiserschote zuvor ein Probe-Catering mit Reiner Calmund, Fußballexperte, Moderator und Buchautor, Jürgen von Einem, langjähriger Sportchef der Bayer AG, Sascha Breese, Vorstand der Toni Kroos Stiftung und Berater von Toni Kroos, Volker Struth, Geschäftsführer von Sports Total, dem Presseverantwortlichen Maximilian Geis sowie einem Redakteur der regionalen Kölner Boulevardzeitung Express veranstaltet.

Non-Food-Catering von Profis für Profis.

- ✓ Über 2.500 verschiedene Miet-Artikel
- ✓ 30.000 m² Betriebsfläche in Hannover
- ✓ Lieferung, Auf- & Abbau, Projektservice
- ✓ 24h Notdienst

- ✓ Gläser, Geschirr & Bestecke
- ✓ Tischzubehör & Dekoration
- ✓ Tischwäsche & Hussen
- ✓ Mobiliar & Eventequipment
- ✓ Großküchengeräte
- ✓ Catering-Equipment
- ✓ Küchen- & Spülcontainer

ZENTRALE HANNOVER
Tel.: 0511 898 778 0

STANDORT HAMBURG
Tel.: 040 548 806 760

Das Austria House in Pyeongchang

Sechs Wochen lang waren die Container mit den Bauteilen des „Austria House“ auf hoher See unterwegs, bis sie schließlich Anfang Dezember im südkoreanischen Pyeongchang eintrafen.



Hier erwartete sie ein Team aus drei Losberger De Boer Richtmeistern, zehn österreichischen Monteuren und einem übersetzenden Organisationstalent. Unter härtesten Bedingungen - Südkorea erlebte den kältesten Winter seit 30 Jahren mit Temperaturen von -26 Grad - errichteten die Temporärbau-Profis das Austria House zum vereinbarten Termin.

Das temporäre Village bestand aus einer VIP-Lounge, dem ORF TV-Studio sowie einem Küchen- und Cateringzelt. Pünktlich zum Start der Winterspiele am 9. Februar 2018 stand im Austria House alles an seinem Platz. Die VIP-Gäste der Olympic Austria GmbH (ÖOC) konnten die Wettkämpfe vor Ort live mitverfolgen und sich bei kulinarischen Köstlichkeiten persönlich

austauschen. Und die Österreicher zu Hause erhielten alle Informationen, Ergebnisse und Hintergrundberichte live aus dem ORF-Studio vor Ort.

Im Auftrag der ÖOC konstruierte Losberger in Zusammenarbeit mit der österreichischen Agentur Trio GmbH die mobile Eventlocation anlässlich der Winterspiele 2018. Die VIP-Lounge bestand aus der Zelthalle Palas mit 500 qm im Erdgeschoss und 475 qm im Obergeschoss. Alles wurde vollisoliert mit horizontalen Wand- und Glaselementen ausgebaut und mit einer umlaufenden Attika ausgestattet. Auch das doppelstöckige ORF-Studio war mit einer umlaufenden Attika, Vollisolierung und horizontalen Wandelemente versehen.



Das Team von Trio sorgte für eine auf die Bedürfnisse eines Fernsehsenders zugeschnittene Studioverglasung. Das TV-Studio fasste auf beiden Etagen 100 qm Fläche und war angebunden an die VIP-Lounge. Sowohl die Küche als auch das Cateringzelt fanden ihren Platz in einer Losberger Uniflex Zelt-Konstruktion mit 100 bzw. 150 qm Fläche und vertikalen Kassettenwänden. Beide Zelthallen waren auch auf direktem Wege mit dem Hauptgebäude verbunden, so dass die Gäste reibungslos versorgt werden konnten. Alle Konstruktionen wurden mit Kassettenfußböden ausgestattet und beinhalteten insgesamt drei Treppenanlagen. Mit einem Transportvolumen von elf 40 ft HC-Containern wurde das Austria House von Deutschland aus einmal quer über

den Ozean nach Südkorea transportiert. Die Verladung begann bereits am 9. Oktober 2017. Der letzte Container ging am 16. Oktober auf große Fahrt, und die ersten Container trafen Ende November in Pyeongchang ein. Die Montage vor Ort startete am 1. Dezember und betrug gut drei Wochen. Der Gesamtkomplex wurde am 22. Dezember an den Kunden übergeben. Trotz eisiger Temperaturen verlief der Aufbau des gesamten Komplexes problemlos. Das Montageteam war sogar zwei Tage vor der geplanten Übergabe fertig. Der Abbau des Villages wird am 20. März beginnen und spätestens am 10 April erinnert in Pyeongchang nichts mehr daran, dass an diesem Ort einmal das Austria House stand. Der letzte Container wird im Juni 2018 in Fürfeld zu-

Minutengenaue Eventlogistik

Um 14.28 Uhr fährt der 7,5-Tonner von Party Rent vor das Ladedock der Event-Location. An Bord: Event-Equipment. Es kommt just-in-time, denn der Projektleiter wartet schon, um mit seinem Aufbauteam die Räume für die Abendveranstaltung auszustatten...



Dass der Zeitplan funktioniert, ist das Ergebnis minutiös getakteter Eventlogistik. Möglich macht das auch die Ortungssoftware Yellow Fox, mit der in der Tourenplanung des Eventausstatters gearbeitet wird.

Vor zehn Jahren, als die Navigationstechnologie gerade richtig durchstartete, hat Party Rent die ersten Fahrzeuge mit Tracking-Modulen ausgestattet. Heute sind 150 der konsequent weiterentwickelten Ortungsboxen im Fuhrpark der Gruppe installiert und erlauben der Tourenplanung Live-Tracking, interaktive Übersichtskarten, Fahrtenberichte, Diebstahlschutz und ein elektronisches, vom Finanzamt anerkanntes Fahrtenbuch.

Party Rent sieht in Yellow Fox vor allem eine Lösung für zeitkritische Anlieferungen und Abholungen sowie für Fixtermine - quasi Alltag in der Eventbranche. Je nach Verkehrslage können

Touren kurzfristig umgeleitet und Ankunftszeiten mit hoher Präzision vorhergesagt werden. Der transparentere Fuhrpark macht aber auch die Arbeitsabläufe des mobilen Personals besser nachvollziehbar. Dadurch sollen Potenziale für eine höhere Verlade-Effizienz identifiziert werden. Kunden haben durch das Tracking auch die Möglichkeit, eine detaillierte Leistungsübersicht über die Einsatzzeiten zu erhalten.

Bernhard Wewering, kaufmännischer Leiter bei Party Rent, argumentiert aus unternehmensstrategischer Sicht: „Wir bleiben realistisch: Yellow Fox verhindert keine Staus und eine schwierige Verkehrssituation wird auch durch Telematik nicht plötzlich leichter zu handeln sein. Aber die Funktionen des Ortungssystems haben die Abläufe unserer Eventlogistik in den letzten zehn Jahren wesentlich optimiert und uns insgesamt beschleunigt.“

Wie Geld drucken.

Schluss mit aufwendigem und fehlerträchtigem Bargeldverkehr!

Mit Matrix Wallet geben Sie bei Ihren Veranstaltungen eine Geldkarte aus, mit der an allen Bars, Verkaufs- oder sonstigen Ständen bezahlt wird. So läuft die gesamte Veranstaltung bargeldfrei.

Die Gäste laden ihre Karte an von Ihnen festgelegten Bezahlpunkten auf, Restbeträge werden nach Veranstaltungsende ausgezahlt oder für eine nächste Veranstaltung auf der Karte belassen.

42

Matrix Wallet bietet Ihnen in Verbindung mit Ihrem Matrix POS Kassensystem umfangreiche Möglichkeiten der Kundenbindung. Ganz nach Ihren Wünschen ist Matrix Wallet Kundenkarte, Rabatt- oder Bonuskarte – oder alles zusammen. Und Matrix Wallet Karten können individuell gestaltet werden.

Wir erstellen Ihnen Ihre ganz individuelle IT-Komplettlösung. Aus POS- und Computer-Schanksystemen, Warenwirtschaft, Kundenbindung und Zugangskontrolle. Und mit unserem Rundum-sorglos-Service sind wir jederzeit für Sie da: 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr. Wir haben auch für Ihren Betrieb die perfekte Lösung. Rufen Sie uns an!

„Nichts von seiner Begehrlichkeit verloren“

Der Sport Bild-Award hat sich in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Medienereignisse des deutschen Leistungssports entwickelt. Jedes Jahr versammelt sich das ‚Who is Who‘ deutscher Sportprominenz, um dabei zu sein, wenn Europas größte Sportzeitung besondere Leistungen und Engagement im Spitzensport prämiiert.



Konzipiert wird die Veranstaltung seit Beginn von der PACE Paparazzi Catering & Event GmbH, die sich u. a. gemeinsam mit Eventausstatter Party Rent um das Hospitality Management des Awards kümmert. Wie Agentur und Eventdienstleister bei einem Format dieser Größenordnung zusammenarbeiten und was den Award als Veranstaltung ausmacht, verraten die beiden Projektleiter Martin Scharrmann (PACE, links) und Tobias Weihe (Party Rent) im Gespräch.

Bei einem Event wie dem Sport Bild-Award: Wie geht man an die Planungen ran? Kann man von Routine sprechen?

MS: Wir versuchen, Routine gar nicht erst aufkommen zu lassen. Sie verursacht Fehler und verhindert, dass wir uns mit dem Award weiter-

entwickeln. Natürlich gibt es Parallelen zu den Vorjahren, denn vieles ist einfach gut so. Trotzdem hat jede Preisverleihung andere Schwerpunkte und individuelle Herausforderungen. Wir setzen also nicht primär bei Vergangenen an, sondern denken und hinterfragen jedes Jahr neu im Hinblick auf die Zielvorgaben des Verlages. Das grundsätzliche Konzept stimmen wir zuerst intern ab und besprechen uns dann weiter mit den beteiligten Dienstleistern. Der Sport Bild-Award ist ein wunderbares Beispiel dafür, dass erst durch das Addieren interner und externer Kernkompetenzen exzellente Konzeption entsteht.

TW: Dass wir in unserer Zusammenarbeit relativ früh in Projekte mit einsteigen können, hat den einen großen Vorteil, dass wir nicht vor unveränderbare Bedingungen gestellt werden. So kön-



nen wir in den Bereichen, die unsere Dienstleistung betreffen, mitdenken und das Konzept verbessern - wenn nötig. Die Raumgestaltung ist natürlich nur ein Teilbereich des großen Ganzen, aber einer, in dem es laufend neue Trends und Materialien gibt. Und das ist unsere Kernkompetenz. Und deshalb sahen die Awards auch in keinem Jahr gleich aus.

„Die Gästegrenze von 700 Personen wird jedes Jahr schneller erreicht.“

Gutes Stichwort. Wie sorgt man konkret für Abwechslung beim Award?

TW: Wir sind mittlerweile während des gesamten Jahres im Gespräch. Da wird viel über die letzte

Veranstaltung gesprochen, was gepasst hat und wo es dann doch noch gehakt hat. Es kommen zwischendurch neue Ideen und Produkte. So bewährt sich einfach, dass wir eine solche Veranstaltung inzwischen gut kennen und daher einschätzen können, was Mehrwert-Potenzial hat und was nicht. Aus diesem kontinuierlichen Austausch sind bisher immer gute Impulse entstanden.

MS: Aber wir müssen uns auch nichts vormachen. Nach so vielen Jahren bewegen wir uns auf einem hohen Niveau. Wir erfinden das Rad nicht jedes Mal neu. Wir optimieren Details im Hinblick auf die Vorstellungen von Verlagsleitung und Chefredaktion. Das funktioniert. Der Award hat bisher nichts von seiner Begehrlichkeit verloren. Die Gästegrenze von 700 Personen wird jedes Jahr schneller erreicht.



Welche Anforderungen gibt es von Verlagsseite?

MS: Der erste Anspruch ist immer eine mindestens so erfolgreiche Veranstaltung wie im Vorjahr auf die Beine zu stellen. Es ist gar nicht leicht, dass an bestimmten Kriterien festzumachen. Ich glaube aber, ein wesentlicher Aspekt ist diese familiäre Atmosphäre und das entspannte Miteinander. Dafür ist der Award in Sport, TV und Wirtschaft bekannt. Das ist für ein so medienwirksames Format nicht selbstverständlich. Ansonsten gab es nie ein wirkliches Motto für die Preisverleihung, nur bestimmte Schwerpunkte, die von der Redaktion gesteuert werden.

„Zu 100% durchdacht und von einem professionellen Team betreut.“

Was unterscheidet die Awardshow mit viel Prominenz von anderen Eventformaten?

MS: Das Getöse im Eingangsbereich?! Spaß beiseite: Echte Unterschiede gibt es aus planerischer Sicht eigentlich nicht. Jedes Event, ob jetzt Incentive, Messe oder Gala, muss zu 100 Prozent durchdacht sein und von einem profes-

sionellen Team betreut werden.

Liegt in einer vertrauten, freundschaftlichen Zusammenarbeit nicht auch die Gefahr von Nachlässigkeit?

TW: Ich lehne mich mal weit aus dem Fenster und behaupte, dass die gute Beziehung ohne das gleiche Verständnis von professioneller Eventarbeit überhaupt möglich geworden wäre. Natürlich hat da über die letzten Jahre eine Entwicklung stattgefunden.

Hier und da handeln wir autonomer als zu Beginn der Zusammenarbeit. Wir agieren eingespielt. Jeder kennt die Bewegungsspielräume des anderen. Ich sehe da eher Potenzial als Gefahr. Aber als Dienstleister will ich mich auch nicht größer machen als ich bin. Die Koordination liegt weiterhin bei PACE.

MS: Auch ich sehe hier eher die Vorteile. Party Rent weiß, worauf es uns ankommt und liefert proaktiv eigene Ideen oder Verbesserungsvorschläge. Wir wissen, dass wir gute Möbel und schickes Design bekommen. Wenn wir wollen, gibt es jedes Jahr etwas anderes. Letztlich hat das ja auch einen betriebswirtschaftlichen Impact, den man nicht hätte, wenn man jedes Mal neu pitchen müsste.

„Even the most demanding engineer should be satisfied“

World's first L-Isa installation gives Mercury Space Moscow a new and clear sound image.



„The first L-isa Nightclub installation in the world“

Mercury Space Moscow is a 975-square metre, ultra-luxury, multifunctional venue located on the 40th floor of Mercury City Tower in the Russian capital. The owner of this new space, which has been designed for celebrity events and parties, wanted a unique sound system that would set it apart from every other venue in the country. When Sonoruss, L-Acoustics certified distributor for the region, suggested an L-isa immersive audio system – the first Nightclub installation in the world – it was agreed.

„We introduced the venue’s owner to the new multichannel L-isa system, using Kiva II and KS28, when they visited the L-isa Lab in Highgate. We suggested that they could do the installation in two phases to spread the cost,“ explains Igor Verholat, CEO of Sonoruss. „But he decided to have the complete system installed straight away. In fact, the trip determined the entire concept of Mercury Space Moscow.“

The installation was performed by Theatre Technique and Technology, with the Sonoruss and L-isa teams providing support from initial consultations, through to the sound design and final calibration.

„L-isa provides a localisation of sound sources that immerses the listener in the sound space,“ says Alexander Ananiev, acoustic engineer for Sonoruss. „It provides a realistic soundscape for the audience and gives sound engineers advanced surround mixing tools during live events, which is a step forward from traditional two-channel sound systems. L-isa can enhance the spatial impression, even when reproducing a conventional two-channel mix, because of the so-called ‘upmix’. For example, a DJ’s performance in this hall would sound spatially more enveloping, even with a two-channel source.“

Since this was the world’s first nightclub to permanently install an L-isa system, the project was

directly managed from the headquarters of L-isa,“ says Igor. „During the installation, Sherif el Barbari, Director of L-isa Labs, trained all engineers that will work with the system on a day-to-day basis. Calibration and tuning of the system were carried out by Sherif and Julian Laval, Applications Engineer Fixed Installs, L-Acoustics, and the Sonoruss team.“

The venue is an unusual, upturned U-shape, with the stage sited at the apex of the U. The final configuration of the system was designed with the aid of L-Acoustics Soundvision 3D acoustical simulation programme. The frontal scene system consists of five hangs of four Kiva II each, arrayed across the front of the stage with two SB18 subwoofers, positioned one either side of the centre hang, and two KS28 subs ground stacked either side at the front of the stage. „This configuration provides the main power of the system,“ says Mercury Space sound engineer Alexander Alperovich.

To complement the frontal system and provide even coverage across the entire space, surround speakers comprising eight X12 are positioned at the top of the walls on the sides and opposite the stage, while ten X8, five per side – two closer to the stage and three towards the rear of the venue, where it is slightly wider – cover each of the U’s ‘arms’. The system is amplified by LA4X and LA12X amplified controllers.

„Having eight sound sources located around the hall allows a sound engineer to put a guest into the sound image as if the sound is enveloping him.“

This means that even the most demanding engineer should be satisfied. Mercury Space is one of the most expensive halls in Moscow and very popular with high-end clientele and celebrities,“ says Roman Ivanovski, who also engineers at Mercury Space.

Mehr als eine Bar.

Das ist ein Ort für Kommunikation. Ein Stimmungszentrum mit 360° Zugang. Ein perfekter Raummittelpunkt. Für uns genug, um die Rundbar auf Ihr Event zu bringen. Wie das aussehen kann?

Zeigen wir Ihnen gern.

#partyrentinspirations



partyrent.com
we create atmosphere



Der Garten der Welt

Beim Bau einer Freilichtbühne in Berlins Erholungspark Marzahn zeigt Layher, dass auch der Bau eines geschwungenen Bühnendachs mit einem Traggerüst aus Serienteilen möglich ist.

„Ein Mehr aus Farben“ - unter diesem Motto fand in Berlin die letzte Internationale Gartenausstellung statt. Vor der Silhouette einer der größten Plattenbausiedlungen Europas wollte die IGA im Erholungspark Marzahn mit seinen „Gärten der Welt“ und dem Kienberg internationale Gartenkunst erlebbar machen. Zum Angebot gehören spektakuläre Wassergärten, sonnenbeschie-

nene Hangterrassen und Open-Air-Konzerte aus den Bereichen Klassik, Rock & Pop und Musical. Optimale Voraussetzungen bietet eine eigens dafür geschaffene Freilichtbühne: Die Rasenstufen der im Stil eines klassischen Amphitheaters angelegten neuen „Arena“ gewähren bis zu 5000 Gästen einen Sitzplatz. Aber auch architektonisch garantiert die Freilichtbühne mit ihrem ge-

INSTALLATIONEN

schwungenen Dach einen interessanten Blickfang.

„Das Bühnendach fügt sich fließend in die Parklandschaft des Gesamtgeländes ein und mutet trotz seiner enormen Fläche von 900 Quadratmetern fast freischwebend an“, berichtet die für den Bau verantwortliche Dechant Hoch- und Ingenieurbau GmbH aus Weismain. Der Kern der außergewöhnlichen Konstruktion besteht aus zwei Y-Stützen, die das bis zu zehn Meter hohe Dach tragen. Zwischen den Stützen und dem Dach wurden halbelliptisch geformte Unterzüge eingebaut. Nicht zuletzt, damit diese 15 Meter langen Bauteile absatzfrei in die angrenzenden Stützen und das Dach übergehen konnten, waren im Vorfeld komplexe Schalungsarbeiten nötig. Ähnlich komplex wie die Schalung mit vorgefertigten Schalungskästen gestaltete sich auch der Aufbau des Traggerüsts. Die Aufbringung der Dachfläche in der vorgegebenen Krümmung erforderte die Ausführung eines abgestuften Gerüsts. Darüber hinaus sollten auch die zwei Y-Stützen in die Traggerüstkonstruktion integriert werden.

Eine ebenso flexible wie wirtschaftliche Lösung bot den „Betonkünstlern“ der Firma Dechant das vom DIBt zugelassene und typengeprüfte Allround Traggerüst TG 60 von Layher. Dabei handelt es sich um ein in das Allround-Gerüst integriertes System. Als Ergänzungsbauteile sind nur die Allround Traggerüstrahmen TG 60 erforderlich. Die vorgefertigten Rahmenelemente mit einem Einzelteilgewicht von maximal 18 Kilogramm reduzieren die Anzahl der Einzelteile und lassen sich in Verbindung mit Allround-Systemriegeln und -diagonalen über die schraubenlose Keilschlossverbindung schnell und einfach zu Traggerüsttürmen mit einer Stieltragfähigkeit von bis zu sechs Tonnen kombinieren. Da sich Bauteilanzahl und -gewicht maßgeblich auf die Montageschnelligkeit auswirken, sind die Traggerüstrahmen TG 60 wirtschaftlicher als Konstruktionen aus Einzelteilen.

Bei der Projektplanung standen Dechant Anwendungsingenieure von Layher zur Seite: „Wir planen mit unserer eigenen Gerüstplanungssoftware Layplan, die ein spezielles CAD-Modul besitzt. Mithilfe einer 3D-Planung können wir die einzelnen Gerüste an die Bauwerksgeometrie an-

passen und Kollisionen mit Hindernissen schon im Vorfeld vermeiden“, erklärt Roland Hassert, bei Layher für die Anwendungstechnik Bau verantwortlich. „Bei diesem Projekt war eine in horizontaler wie in vertikaler Hinsicht flexible Lösung gefragt. Der modulare Aufbau des Systems TG 60 ermöglichte es uns dabei, Traggerüste exakt an die vorgegebenen Lasten und die Gebäudegeometrie anzupassen.“

Auch die Feldlänge der Traggerüsttürme ließ sich flexibel variieren: „Wir können die Traggerüsttürme TG 60 durch die verschiedenen Standardlängen der Allround-Riegel und -Diagonalen flexibel bis 3,07 Meter strecken und damit an die vorgegebene Gebäudegeometrie und Last anpassen - mit dem Ergebnis einer effizienteren Stielausnutzung im Turm. Auf diese Weise sind weniger Traggerüsttürme nötig. Dies spart nicht nur Material, sondern auch Montagezeit. In diesem Fall kamen quadratische Traggerüsttürme zum Einsatz, die mit 1,09 Meter langen Allround-Feldern zur Aussteifung gekoppelt wurden. Mit diesem Raster ließen sich sowohl die Flächenlasten aus der Deckenschalung und die Linienlasten aus den Unterzügen sicher ableiten - die Stiellast lag bei bis zu 48 kN pro Stiel - als auch die Y-Stützen ins Traggerüst integrieren.“

„Das Koppeln der Traggerüsttürme bei großen Unterstützungshöhen mit Systemriegeln und -diagonalen hat außerdem Montagevorteile“, führt Hassert weiter aus. „Die Verbindung erfolgt zum einen schraubenlos per Keilschloss, zum anderen entfällt durch den Einsatz von Standardteilen mit vorgegebenem Systemmaß das Einmessen der einzelnen Traggerüsttürme. Rechtwinkligkeit ist automatisch gegeben. Im Gegensatz zu aufwändigen Konstruktionen aus Rohren und Kupplungen bedeutet auch dies eine Reduzierung der Montagezeit.“

Die Baustellenlogistik wurde ebenfalls optimiert: Da bei diesem Projekt große Materialmengen im Einsatz waren, nutzte Dechant für Lagerung und Transport der Traggerüstrahmen passende System-Rahmenpaletten. Diese sorgen mit ihrer hohen Ladekapazität von bis zu 44 Rahmen pro Palette für eine bessere Auslastung vorhandener Transport- und Lagerkapazitäten und lassen sich zudem mittels Kranösen schnell per Kran versetzen.

Ein Boutique-Hotel im Herzen von Manhattan

Linienstrahler der Python-Serie von K-array liefern flexible Beschallungsoptionen für Hintergrund- und Live-Musik



Mitten im Herzen von Manhattan, im berühmten Flatiron-District und nur wenige Gehminuten entfernt vom Madison Square Park, befindet sich das luxuriöse Edition Hotel. Das 1909 erbaute, 41-stöckige Gebäude mit dem ikonischen Uhrenturm diente seinerzeit als Geschäftssitz der Metropolitan Life Insurance Company und bietet Besuchern heute einen atemberaubenden Rundumblick auf die Skyline von Manhattan. Vor kurzem gab das Boutique-Hotel ein komplett neues AV-System in Auftrag. Für die Beschallung der einzelnen Areale setzte das zuständige Planungsbüro EL Media Group auf die Lösungen des italienischen Premium-Herstellers K-array.

Insgesamt erstreckt sich die AV-Installation im barocken Edition Hotel auf das Hotelrestaurant „The Clocktower“ sowie die angrenzende „Lobby Bar“. Zu den umfangreichen Aufgaben des neuen Systems zählen sowohl die Hintergrundbeschallung in Gesprächslautstärke als auch die

Bereitstellung von genügend Leistung für Live-Musik und DJ-Sets. „Der Hauptfokus bei dem Projekt lag nicht auf einer Club-Ausstattung. Der Kunde wollte jedoch die Möglichkeit haben, das System im Bedarfsfall auch für derartige Zwecke einzusetzen“, erläutert Ernie Lake, Mitinhaber und Creative Director bei der EL Media Group.

Im Anschluss an die Testphase mit Systemen verschiedener Hersteller entschieden sich die Verantwortlichen des Edition Hotel für ein K-array-System aus den Python-Linienstrahlern KP52 und KP102, ergänzt durch KMT12P- und KN10S-Subwoofer. Ausschlaggebend war laut Ernie Lake die Kombination aus Design, Leistungsfähigkeit und Abstrahlverhalten der Lautsprecher.

Das Clocktower Restaurant im ersten Stock des Hotels erstreckt sich über drei, jeweils individuell eingerichtete Speisesäle und beherbergt zwölf KP52 sowie zwölf KP102 Python-Linienstrahler mit variablem vertikalem Abstrahlwinkel, dezent installiert zwischen hunderten, goldgerahmten Fotografien an den Wänden. Ergänzt werden die passiven Lautsprechersysteme durch acht passive KMT12P 12“-Subwoofern sowie acht aktive KN10S 10“-Subwoofer.

In der weitläufigen und zugleich gemütlichen Lobby Bar mit ihren riesigen, deckenhohen Fenstern mit Ausblick auf den Madison Square Park installierte EL Media insgesamt sechs KP52 und 14 KP102, gepaart mit jeweils acht KMT12P und KN10S Subwoofern. Um das Ambiente der Bar nicht zu stören, mussten die Linienstrahler möglichst dezent an den Wänden montiert werden. Sämtliche passiven Lautsprecher der Lobby Bar sowie des Clocktower Restaurants werden von den K-array Class-D-Verstärkern KA24 und KA84 angetrieben.

Miri, Limbang, Sri Aman und Sibü

Malaysias staatlicher Radio- und TV-Sender RTM digitalisiert im ganzen Land seine regionalen Studios

Stagetec Asia hat gemeinsam mit seinem Partner, dem Berliner Hersteller Stage Tec, einen großen Auftrag in Malaysia ausgeführt. Vier Auratus Platinum und vier Nexus-Audionetzwerke wurden in vier regionalen Radiosendern im Bundesstaat Sarawak installiert.

Die Mischpulte sind bestückt mit jeweils 24 Fadern, die Nexus-Audionetzwerke bestehen aus jeweils vier Basisgeräten. RTM, der staatliche Radio- und TV-Sender von Malaysia, digitalisiert im ganzen Land seine regionalen Studios. Mit dabei: digitalen Mischpulte und das digitale Audionetz von Stage Tec. Die RTM-Studios Miri, Limbang, Sri Aman und Sibü erhielten das digitale Upgrade im Rahmen der Umstellung auf DAB-Standard.

Die Konsolen und Audioroutingsysteme wurden in den Radiosendern in Multifunktionsstudios installiert. Hier werden verschiedene Musikveranstaltungen live gemischt, was eine große Flexibilität bei hoher Tonqualität erfordert. Die Konsolen sind über Glasfaser in ein Nexus-Netzwerk eingebunden, das eine Vielzahl von Ein- und Ausgängen verarbeiten kann.

„Obwohl RTM Miri, Limbang, Sri Aman und Sibü nur regionale Radiosender sind, verfügen sie nun über hochmoderne Einrichtungen, vergleichbar mit den RTM-Studios im Hauptquartier in Kuala Lumpur. Dieses digitale Upgrade ist ein großer Schritt für Malaysias öffentlichen Rundfunk auf seinem Weg zur Programmproduktion nach neuesten Standards.“ hebt Advon Tan, Geschäftsführer von Stagetec Asia, die Bedeutung der Installation hervor.



Das erweiterte Herz der Anlage

Im Rahmen einer technischen Erneuerung kann seit Beginn der Opern- und Theatersaison 2017/18 im Opernhaus Zürich auch mit einer neuen tontechnischen Ausstattung produziert werden. Neben der notwendigen Modernisierung der Workflows beschreitet man auch bei der Beschallung neue Wege.



Statt der bisherigen Lösung mit einem Lawo mc_ 66 kommen in der Tonregie und im Saal jeweils ein mc_ 56 zum Einsatz, wobei Tonregiepult und Saalpult als Spiegelpulte konzipiert sind. Im Spiegelbetrieb der Konsolen sind Konfigurationen, Snapshots und Anpassungen der Parameter, die an einem Pult eingespielt oder vorgenommen werden, auch am anderen Pult abrufbar. Dadurch kann eine effiziente Vorbereitung von Aufführungen, bei denen vermehrt Mikroport-Systeme zum Einsatz kommen, gewährleistet werden. Die in der Zukunft geplanten Musical- und Kinderoperprojekte können so leichter im Saal abgemischt wird.

An neuer Lawo-Technologie kommen im Regieraum ein mc_ 56 mit 48 Fadern - eine 32-Fader-Konsole mit 16-Fader-Extender, der auch ans Saalpult angeschlossen werden kann - und ein mc_ 56 mit 16 Fadern als Saalpult zum Einsatz, die beide einen gemeinsamen Core nutzen. Die-

ser Core des zuvor dort installierten mc_ 66 Mischpults bleibt das Herz der Anlage und ist mit Wave Soundgrid mit Gold Bundle und mit zusätzlicher Dante-Karte erweitert worden. Die Kapazität der redundant ausgelegten Routingkarte beträgt 8192 x 8192 Monokanäle; vier DSP-Karten bieten eine Rechenleistung von 192 DSP-Kanälen.

Beide Pulte sind als Einzelpulte oder für den Zweipersonenbetrieb geeignet, so dass beispielsweise die Zusprieler über die Tonregie aktiviert und gesteuert werden, während für die Saalbeschallung das Saalpult zum Einsatz kommt.

Darüber hinaus kommt im Opernhaus Zürich die Wellenfeldsynthese zur Anwendung, bei der über die Lawo-Pulte 32 mögliche Hörpositionen angesteuert werden. Die große Kreuzschiene ermöglicht es, 3D Sound SSW (Spatial Sound Wave) von Fraunhofer IDMT für Surround- und raumakustische Anwendungen von aktuell 88 Kanälen problemlos zu integrieren. Die Spatial Sound-Wave-Technologie des IDMT ermöglicht die objektbasierte Audiowiedergabe und bietet gegenüber herkömmlichen Wiedergabesystemen beispielsweise einen erweiterten Sweet-Spot sowie die Möglichkeit, eine Audioproduktion kompatibel für beliebige Lautsprecher-Setups zu erstellen.

Oleg Surgutschow, Leiter Tonabteilung beim Opernhaus Zürich, ist zufrieden mit seinen neu installierten Lawo-Komponenten: „Ich schätze vor allem die Klangeigenschaften der Signalverarbeitung. Die Möglichkeit, den Soundgrid mit Waves Plugins zu integrieren, erleichtert uns das Live-Mischen. Auch die vielfältigen Möglichkeiten der Kreuzschiene sind wichtig für unsere langfristige Planung und Weiterentwicklung.“



THIS
IS STATE-OF-THE-ART
WIRELESS
COMMUNICATION



BOLERO WIRELESS INTERCOM

- Up to 10 belt packs per antenna
- 100 antenna, 100 belt pack system capacity
- Best-in-class voice clarity
- "Touch&Go" belt pack registration
- 6-channel belt pack plus dedicated REPLY button
- Built-in microphone and speaker for Walkie-Talkie mode
- Smartphone integration via Bluetooth
- Ergonomic, robust belt pack design
- Sunlight-readable display with Gorilla Glass™
- Decentralized AES67 IP networked antennas
- Seamless integration into RIEDEL'S ARTIST intercom matrix



Das Phänomen der Immersion

Eigentlich abgeleitet vom lateinischen Wort „immergere“, was das Eintauchen eines Objektes in eine Flüssigkeit beschreibt, versteht man in der Medienwissenschaft Immersion vielmehr als Sinnbild für die Aufhebung von Grenzen zwischen dem Betrachter und der Darstellung von Inhalten.



„Solutions 4 AV“, eine Marke für maßgeschneiderte Produkte der Lang AG, bietet die Möglichkeit, unterschiedliche, innovative und interaktive Anwendungen umzusetzen. Die Spezialisten sind stets auf der Suche nach neuesten technologischen Trends und entwickeln, konstruieren, produzieren und vertreiben individuelle, medientechnische Lösungen, die für den professionellen AV-Markt, sowohl für den Einsatz in Festinstalltionen als auch für Rental & Staging, konzipiert sind.

Das Hauptaugenmerk liegt in diesem Jahr auf einem immersiven Raum. Das Phänomen der Immersion hat längst Einzug in die moderne AV-Welt gehalten.

Es ist abgeleitet von dem lateinischen Wort „immergere“, was das Eintauchen eines Objektes in eine Flüssigkeit beschreibt. In der Medienwissenschaft versteht man Immersion vielmehr als Sinnbild für die Aufhebung von Grenzen zwischen dem Betrachter und der Darstellung von Inhalten. Immersive Räume, das können bspw. Meeting- oder Showräume sein, erlauben somit ganzen Gruppen Medien gemeinsam interaktiv zu erleben und vondenselben Inhaltsquelleneingehüllt zu werden, ohne dass es individueller Ge-

räte, wie bspw. Virtual Reality Brillen bedarf. Die Lang AG zeigte auf den aktuellen Messen als immersiven Raum eine Installation aus zwölf LG 55EJ5D Wallpaper Displays - flach und gecurved montiert. Sie wurden zum einen mit einer Radartouch- und zum anderen mit einer maßgeschneiderten gecurvten Primetouch-Installation mit einem Biegeradius von 2,5 m kombiniert. Diese touch-fähigen Technologien geben einen Eindruck in die vielfältigen interaktiven Installationsmöglichkeiten, die nicht nur in immersiven Räumen genutzt und präsentiert werden können, sondern auch Präsentationen positiv beeinflussen.

Die Solutions 4 AV-Spezialisten können alle benötigten Dienstleistungen von Mechanik über Touch-Technologie bis hin zu Display-Technologien inkl. Front Glass aus einer Hand liefern. Um auch in diesem Jahr wieder eine attraktive, spielerische Anwendung zu bieten, wird es eine interaktive Tischanwendung geben, die durch eine Objekterkennung mit Tangible Object Recognition Marker ergänzt wird. Sie besteht aus vier Fluxtouch gen3 65" inkl. NEC X651UHD-2. Zwei Ghost-OLED Stelen im Portraitmodus (1x1 und 1x2) runden das Angebot ab.



Dirndl! Fertig! Los!

Premiere für HF-Produktionsfahrzeug in München

Bei Broadcast-Produktionen ist HD Wireless RF1 eine mögliche Schnittstelle zwischen Drahtloskamera-Systemen und Ü-Wagen. Im Fahrzeug laufen alle Signale der gesamten Funktechnik ein und werden nach Signalkonvertierung und Dekodierung an den Broadcaster übergeben.

Kürzlich wurde die Videotechnik im Produktionsfahrzeug in durchgängiger 3G-SDI-Norm und für 4k-Umgebungen weiter entwickelt. Auch die HF-Struktur wurde um mehrfache RF-Distributionseinheiten und „RF over Fiber“-Lösungen erweitert, so dass bis zu 16 Drahtloskamera-Systeme inklusive Kamerakontrolle über die Signal- und Prozessstruktur parallel verarbeitet werden können.

Mit dieser Ausstattung erfolgte bereits im vergangenen Jahr für die MDR-Produktion „Dirndl! Fertig! Los!“ der erfolgreiche Ersteinsatz des neu ausgestatteten HF-Produktionsfahrzeugs in München.

Im Einsatz waren: eine HD Wireless ULC Steadicam, drei Handkameras und eine räumlich weit abgesetzte Kamera auf dem mehrere

Kilometer entfernten Turm der St. Paul-Kirche.

Alle Drahtloskamera-Systeme für die Live-Produktion aus dem Circus Krone mit Moderator Florian Silbereisen waren mit Grass Valley LDX-Kameraköpfen und HF-Sendern ausgestattet. Das gesamte Umfeld des Circus Krone Areals und die Innenflächen der Arena wurden über eine zentrale Antennenstruktur abgedeckt. Für die Kamera auf dem Kirchturm war wegen der großen Distanz eine Relais-Funkstation nötig, die sich auf dem Dach des Bayerischen Rundfunks befand.

Neben der Übertragung der Kamerasignale war HD Wireless für die Teamkommunikation zuständig, die ebenfalls über die Sende- und Empfangsanlage des RF1 realisiert war. Das Resümee von HD Wireless-Geschäftsführer Patrick Nußbaum: „Das Produktionsfahrzeug ist eine gelungene 'All-in-one-Lösung' für hochfrequente Funkübertragungen jeder Größenordnung. Wir freuen uns, hier vor Ort sehr positives Feedback von unseren Kunden zur RF1 und unseren Lösungen bekommen zu haben“.



„Maßgeschneiderte Lösung“

Mit seinem neuen Sportproduktions- und Sendezentrum „Sky Sport HQ“ ist Sky Deutschland in die laufende Bundesliga-Saison 2017/2018 gestartet. Durch die eigene Produktionsstätte bietet Sky nun die ganze Welt des Sports aus einer Hand.

Die technologische Beratung in der Entwicklungs- und Planungsphase, das Design der Systemarchitektur sowie die Systemintegration, Lieferung und Inbetriebnahme der Broadcast-, Produktions- und IT-Infrastruktur erfolgten durch Qvest Media.

Der Neubau der technischen Gesamtinfrastruktur für das neue Headquarter Sky Sport HQ von

Sky Deutschland auf einer Gesamtfläche von 4600 Quadratmetern war eine anspruchsvolle Aufgabe für Qvest Media. So verfügt das neue Produktions- und Sendezentrum von Sky am Medienstandort Unterföhring über eine der derzeit modernsten und größten Broadcast-IT-Infrastrukturen für Live-Sport in Europa. Es versetzt den Sender in die Lage, sämtliche Sportinhalte in

TV-BROADCAST



Eigenregie zu produzieren und seinem Publikum auf verschiedensten Verbreitungswegen, wie lineares TV, OTT-Streaming oder via Web- und Social Media-Portale, zugänglich zu machen.

Neben der audio-visuellen Gesamtausrüstung von zwei Live-Studios, den angeschlossenen Regien, diversen Editing-Suites, zehn dedizierten Voice-Over-Kabinen und 16 zusätzlichen Voice-Over-Plätzen verfügt die Infrastruktur außerdem über acht Production Control Rooms (PCRs) und einen Occasional Channel Playout Room (OCPCR) mit angeschlossenem Audio Control Room (ACR) sowie zwei TX Control Rooms zur Steuerung der vier 24/7 Hauptkanäle sowie zehn Occasional Channels.

Neben dem Ingest mit bis zu 60 EVS-Aufzeichnungskanälen sowie dem Aufbau einer 84 Quadratmeter großen Studio-LED-Wand für Analysen, Grafiken und Spielszenen, hält die neue Systemlandschaft zudem zahlreiche technologische Neuheiten bereit, die in dieser Form und Dimension bislang einzigartig in der Live-Sportproduktion von Sky sind. So markieren etwa Besonderheiten im Bereich des IP-Backbones, des Studio- und Grafik-Workflows für Augmented Reality sowie der Berichterstattung bei Konfe-

renzproduktionen eine neue Ära in der Live-Produktion bei Sky Deutschland.

„Wir haben gemeinsam mit Qvest Media eine detaillierte Planung für die gesamte Infrastruktur ausgearbeitet und umgesetzt - angefangen bei den nötigen Kernsystemen und Workflows bis hin zur generellen technischen Ausstattung und der Implementierung in den räumlichen Gegebenheiten. Diese maßgeschneiderte Lösung hat uns geholfen, unseren Produktionsalltag enorm zu erleichtern“, so Alessandro Reitano, Vice President Sports Production bei Sky Deutschland.

Einer der zentralen und bedeutendsten Workflows ist bei Sky naturgemäß die Live-Sportproduktion und die damit einhergehende Anreicherung der Live-Übertragungen mit Zusatzinformationen und On-Air-Grafiken. Um einen schnellen, übergreifenden und robusten Studio-Workflow der acht PCRs sicherzustellen, kommen diverse Systeme und Anwendungen von Vizrt zum Einsatz. Live-Signale werden dabei mittels einer Touch-Bedienoberfläche des Studioautomationssystems Viz Mosart gesteuert.

Die Applikationen Viz Pilot und Viz Opus ermöglichen zudem umfangreiche Einsatzmöglichkeiten für die Grafik bei Live-Produktionen. Eine

TV-BROADCAST

enge Integration mit den übrigen Grafiksystemen und -anwendungen, wie Libero, Arena und Multichannel, sorgt außerdem für einen hohen Automatisierungsgrad für die Grafik-unterstützten Analyse-Räume sowie in der On-Air-Einbindung von Grafikelementen. Mit dem Einsatz von Augmented Reality eröffnet sich Sky zudem eine neue Dimension durch die Integration grafischer virtueller Elemente wie zum Beispiel eines „Virtual Windows“ für die LED-Wände. Die neue Technologie nutzt getrackte Kameradaten, um perspektivische Animationen zu realisieren.

Im Zuge der künftigen In-House-Produktion und dem damit erhöhten Aufkommen an Daten überzeugte Qvest Media seinen Kunden davon, erstmals ein originäres Media Asset Management System (MAM) einzusetzen. Sämtliche Workflows bauen sich demnach um das zentrale MAM-System auf, wie beispielsweise der File- und Feed-Ingest, Exportfunktionalitäten, Quality Control sowie Transcoding.

Eine Installation von Live-Produktionsservern des Typs XT und XS von EVS sorgt hier mit bis zu 60 Ingestkanälen und 76 Live-Signalen für die erforderliche Kapazität, um ein- und ausgehende Inhalte zu verwalten. „Von besonderer Bedeutung war es in diesem Entwicklungsprozess, die bereits vorhandene Infrastruktur bei Sky Deutschland zu berücksichtigen und in das neue übergeordnete Gesamtkonzept einzubetten“, so Markus Heinen, Head of Systems Integration bei Qvest Media.

Eine weitere Besonderheit, die Qvest Media gemeinsam mit Sky entwickelte, liegt in der Kollaboration der Produktionsteams bei der Live-Berichterstattung von Sport-Events. So wurde auf einer eigens dafür vorgesehenen, offenen Fläche die sogenannte Conference Area geschaffen. Diese verfügt über insgesamt zwölf identisch ausgestattete Produktionsinseln, an denen jeweils Dreier-Teams Live-Konferenzen produzieren können.

Dies eignet sich insbesondere für die Produktion von Sport-Events, die zeitgleich an mehreren Austragungsorten stattfinden, wie etwa im Fall der Fußball Bundesliga oder UEFA Champions League. So werden über die Zentralregie die Live-Feeds der verschiedenen Dreier-Teams bedarfsabhängig in das laufende Konferenzpro-

gramm geschaltet.

Zusätzlich zur Konferenz im Hauptprogramm wird dem Zuschauer durch den Einsatz eines Occasional Channel Playout Rooms (OCPCR) die Auswahl von bis zu zehn weiteren Sport-Begegnungen über die Occasional Channels als Event-basierte Sendekanäle angeboten. Neben den zehn Occasional Channels verfügt Sky außerdem über vier 24/7-Hauptkanäle, für die Imagine Playout Server zum Einsatz kommen, die mittels einer Imagine ADC Automation gesteuert werden.

Auf technologischer Ebene hervorzuheben ist außerdem der Einsatz eines Echtzeitnetzwerks auf Basis einer dezentralen Kreuzschiene für mehr als 1250 Quellen und Senken des Typs Medior Net von Riedel, das durch ein VSM Broadcast Steuerungssystem von Lawo kontrolliert wird.

Das fiber-basierte IP-Backbone verfügt über annähernd 150 einzelne Router-Nodes und ist in dieser Ausbaustufe weltweit bislang einzigartig. Somit gewinnt Sky ein Höchstmaß an Flexibilität und Redundanzmöglichkeiten beim Transport von Audio- und Videodaten sowie bei Processing-Aufgaben wie beispielweise Embedding und De-Embedding in seinem gesamten Produktionsnetzwerk.

Außergewöhnlich im Rahmen des Projekts ist außerdem die Integration der Audio-Over-IP-Netzwerke auf Basis von Dante mit den Audioprodukten von Lawo. Qvest Media stellte demnach sicher, dass sich der Hersteller für die Integration des Dante-Protokolls öffnet und auf die Verwendung seines standardmäßig unterstützten Protokolls verzichtet.

Für das zentrale IT-Backbone kommen Core Switches des Typs Nexus 7710 von Cisco mit 10 und 40 Gbit zum Einsatz, die mit Nexus FEX2248TP-E und Catalyst 4948 Access Switchen ergänzt werden. Die Infrastruktur verfügt zudem über einem 735 Terrabyte großen zentralen Isilon Speicher sowie virtualisierte Server auf Basis von HP BL460c Blade Servern und VMWare vSphere6 mit einem Block Storage auf Basis eines EMC Unity 300F für den Einsatz von virtuellen Maschinen und Datenbanken.

Die Archivierung von Inhalten erfolgt auf einer mittels SGL Flashnet angesteuerten Quantum LTO7 Library.

NETWORK. AUDIO. VIDEO. CONTROL.



mc²96

Grand
Production
Console

Click & enjoy the mc²96 video.

Designed for those
who can tell the difference.

www.lawo.com

Mission to the Moon

Das Wuppertaler Unternehmen Riedel unterstützt die Mondmission der PT Scientists und wird als Technologiepartner die Kommunikations- sowie Signalinfrastruktur bei diesem Projekt liefern.

Das Berliner Startup PT Scientists hat sich ein mehr als ambitioniertes Ziel gesetzt: Als erstes privates Unternehmen will man den Mond zu erkunden - mit zwei baugleichen ferngesteuerten Audi Lunar Quattro Moon Rovern, die an einer Landefähre angebracht sind. Diese heißt „ALINA“ und steht für „Autonomous Land Ingrid Navigation“ Modul. Zum Mond gelangen soll ALINA mithilfe einer Falcon-9-Rakete von Space X. Neben Audi ist auch Vodafone Hauptpartner der Mission. Das Unternehmen stattet ALINA mit einer Basis-Station des neuen LTE-V-X Mobilfunkstandards aus, um das erste Mobilfunknetz auf dem Mond zu errichten.

„Wir sind bereits vertraut mit dem positiven Druck bei anspruchsvollen Missionen, das hat nicht zuletzt unsere Arbeit bei Felix Baumgartners Rekordsprung aus der Stratosphäre gezeigt. Nach dem Erfolg des Stratos-Projekts habe ich mich gefragt, was wohl als nächste große Herausforderung kommt“, so Jacqueline Voß, Manager Corporate Development bei Riedel. „Als

Technologie-Partner ein Teil der ‘Mission to the Moon’ zu sein, begeistert alle bei Riedel.“

Als Technologiepartner wird Riedel ein Kommunikations-Backbone für die Mission Control und die Live-Übertragung zur Verfügung stellen. Diese Infrastruktur besteht aus dem Artist-System und einem Medior Net Fibre-Backbone zur Signalverteilung und -verarbeitung der von den Mond-Rovern erfassten Videodaten. Zudem kommt die Drahtlos-Intercom-Lösung Bolero in der Mission Control zum Einsatz.

„Die Mondlandung ist ein sehr komplexes Projekt. Umso wichtiger ist es, dass jeder, der in die Mission involviert ist, mit aktuellen Daten arbeitet und mit dem Rest des Teams in Echtzeit kommuniziert“, so Robert Böhme, Gründer und CEO der PT Scientists. Landen soll ALINA in der Nähe des Taurus-Littrow-Tals - jenem Ort, an dem die letzten Besucher den Mond verlassen haben. Dort befinden sich neben den Resten des Landemoduls auch das Mondauto der Apollo 17-Mission.



Under my Umbrella...

Künstlermanager und FKP Scorpio gründen neues Netzwerk: Die „Umbrella Artist Productions“ soll neuen Talenten den Start ins Musikbusiness erleichtern.

Umbrella Artist Productions (UAP) lautet der Name des neuen Management-Netzwerkes, das im Rahmen des Reeperbahn Festivals 2017 erstmals offiziell vorgestellt wurde. Ziel dieses Zusammenschlusses international agierender Künstlermanager und dem Hamburger Veranstalter FKP Scorpio ist es, neuen Talenten mit Hilfe der Tournee- und Festivalerfahrungen des europaweiten Veranstalters, der Unterstützung von Warner ADA in den Bereichen Vertrieb und digitales Marketing sowie von Kobalt Music in allen Bereichen des Verlagswesens, eine optimale Plattform für den Start ins Musikgeschäft zu bieten.

Mit Büros in London und Berlin werden die UAP-Partner dafür zukünftig ihre Expertise und die bestehenden Netzwerke miteinander teilen und Kompetenzen bündeln sowie intensiv mit FKP Scorpio im Hinblick auf Live-Aktivitäten zusammenarbeiten. Der Fokus der UAP-Aktivitäten liegt zunächst auf Deutschland und Großbritannien mit dem Ziel der zügigen Ausweitung auf ganz Europa.

Um die Reichweite und Effizienz des neuen Netzwerkes zu vergrößern, suchen die deutschen UAP-Gründer Ulysses Huppauß (Odyssey Music Management) und Markus Hartmann (Celsius Management) sowie ihre beiden britischen Kollegen James Cassidy und Barry Campbell (Jaba Music Management) aktuell weitere potenzielle internationale Management-Partner, die von den Möglichkeiten der pan-europäischen Zusammenarbeit profitieren können.

Freddie de Wall, COO von FKP Scorpio: „Mit dem Erfahrungsschatz renommierter Manager



Schirmherren (v.l.): **Barry Campbell, Markus Hartmann, Folkert Koopmanns, Freddie de Wall, James Cassidy, Ulysses Huppauß**

aus verschiedenen Ländern und unserem Know-how als europaweiter Veranstalter, haben wir die Möglichkeit geschaffen, die Karrieren vielversprechender Künstler von Anfang an maßgeblich zu begleiten und zu entwickeln.“

Ulysses Huppauß, Odyssey Music Management: „Trotz all der großartigen Möglichkeiten im Zeitalter des Streamings blieb eine Frage oft unbeantwortet: ‚Wer ist Willens und im Stande in die Entwicklung neuer Künstler zu investieren?‘. UAP soll endlich eine Antwort darauf bieten.“

Barry Campbell, JABA Music Ltd.: „Wir können jetzt die Karriere einer neuen Band vorantreiben, die auf einem Veröffentlichungs- und Promotion-Zeitplan basiert, der das Touring und die immer wichtigeren Festivalauftritte als wichtige Parameter ganz oben auf der Prioritätenliste berücksichtigt – und sie auch verlässlich umsetzen.“

Mehr Umsatz, weniger Ticketverkauf

Der Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft (bdv) präsentiert eine Studie mit aktuellen Marktdaten zum nationalen Veranstaltungsmarkt. Neben GfK und CTS Eventim haben die SAP Arena, die GEMA, PMS Crew Support, die Emsland-Arena, Hofmann Infocom und eps unterstützt.

Der Umsatz der deutschen Konzert- und Veranstaltungswirtschaft hat in den letzten Jahren die Spitzenposition unter den nationalen Entertainment-Märkten eingenommen. Das ist das Ergebnis einer soeben veröffentlichten Konsumstudie zum Veranstaltungsmarkt, die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Bundesverbands der Veranstaltungswirtschaft (bdv) und unterstützt von CTS Eventim durchgeführt wurde. Die Studie liefert umfangreiche Daten zu Veranstaltungsausgaben, zum Vorverkaufsverhalten, zu demografischen Entwicklungen, der Besuchshäufigkeit und zu regionalen Unterschieden beim Konsumverhalten des Publikums.

Die Veranstaltungsbranche erwirtschaftete demnach im Untersuchungszeitraum vom 1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017 einen Gesamtumsatz von nahezu 5 Milliarden Euro. Damit ist der Umsatz seit der letzten Untersuchung des Verbandes im Jahre 2013, die noch einen Gesamtumsatz von 3,8 Milliarden Euro auswies, um 31% gestiegen. Der Wirtschaftsbereich hat damit – noch vor dem Buchhandel – die Spitze der Umsatzträger der deutschen Entertainment-Märkte eingenommen.

„Trotz aller Freude über diese Entwicklung sind zwei weniger erfreuliche Tatsachen zu berücksichtigen“, kommentiert Prof. Jens Michow, Präsident des bdv, die aktuellen Ergebnisse. „Die Studie zeigt, dass trotz des erheblich gestiegenen Umsatzes die Gesamtzahl der verkauften Tickets von 120,6 Millionen (2013) im Untersuchungszeitraum auf 113,5 Millionen sank. Sie zeigt damit auch, dass der Umsatzzuwachs im Wesentlichen auf gestiegene Eintrittspreise und eine gestiegene Besuchshäufigkeit, nicht jedoch auf wachsende Besucherzahlen zurückzuführen ist. Das muss Künstlern und Veranstaltern zu denken geben.“ Die Besuchshäufigkeit, also die Anzahl der jährlichen Veranstaltungsbesuche, sei

bei dem Vergleich der beiden Zeiträume um 8 % von 3,7 auf 4 gestiegen.

Zu berücksichtigen sei vor allem, dass die bdv-Studien stets einen Branchenumsatz und nicht etwa die Wertschöpfung der deutschen Veranstaltungswirtschaft ausweisen. „Diese Zahlen dürfen auch nicht darüber hinweg täuschen, dass die hauptsächlichen Profiteure der starken Nachfrage nach Live Entertainment nicht die Veranstalter sondern die Künstler sind“ so der Verbandschef. Deren stetig wachsende Einnahmeerwartungen zusammen mit dem ebenso stetig steigenden Produktionsaufwand und steigenden Durchführungskosten seien die zweifellos vorrangigsten Ursachen für die Umsatzentwicklung beim Verkauf von Veranstaltungstickets.

Eine erhebliche Aussagekraft hätten die Daten dieser Studie allerdings bezüglich der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Wirtschaftszweiges. „Musikveranstaltungen sind oft Anlass für Tages- oder Urlaubsreisen mit Übernachtungen. Nach den Auswertungen aktueller Zahlen zum Reiseverhalten der Deutschen werden im Rahmen von 10 Millionen Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen mit Übernachtungen fast 16 Millionen Musikveranstaltungen im Jahr besucht“, berichtet Michow. Auch bei Tagesreisen zu Veranstaltungen würden neben den Ticketausgaben in der Summe erhebliche zusätzliche Ausgaben getätigt. Die durch Musikveranstaltungen induzierten Ausgaben im Musiktourismus summierten sich auf rund 5 Milliarden Euro pro Jahr. Da bei den Produktionsaktivitäten der Veranstaltungswirtschaft auch Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen aus anderen Branchen entstünde, würden die veranstalterischen Aktivitäten indirekt zur Entstehung weiterer Einkommen und Beschäftigungsmöglichkeiten beitragen. „Musikveranstaltungsangebote sind damit ein harter Standortfaktor.“

tarm DOT



- Für den professionellen Bereich, eignet sich sehr gut für TV-Produktionen; über DMX ansteuerbar
- Analoge Farbmodulation
- Kräftig sichtbare Strahlen und Farbverläufe
- MicroStar-Effekt erzeugt realitätsnahe Projektionen eines Sternenhimmels
- Vollfarb- und Weißlicht-Effektlaser
- Reine Diodenlösung mit ausgewogener Weißbalance
- Einzigartige Glaseffekte

RTI NEO ONE

- Weißlicht-RGB-Showlaser
- Mehrere Geräte können durch ihre achteckige Form miteinander verbunden werden
- Quick-Lock-System für die Anbringung in unterschiedlichen Formen
- Leichte Integration in bestehende Licht-Setups
- Über DMX ansteuerbar
- Eigene Muster



RTI NEO SIX



- Weißlicht RGB-Beam-Array
- Analoge Modulation und sechs Strahlaustritte
- Jeder Strahlaustritt besitzt ein eigenes X/Y-Scannerset
- Erzeugung von vielen verschiedenen Chaser-, Strahlen- und Fächereffekten
- Ansteuerbar über DMX



Über zwei Jahrzehnte „Night of the Proms“

Seinen 20. Geburtstag bei der „Night of the Proms“ feierte Michael Kunert (links im Bild oben), Inhaber der Kunicom PR-Manufaktur sowie des Café „Hotroad“, beide im Baden-Württembergischen Calw, bereits 2016. Wie Michael als Pressesprecher zur Night of the Proms kam und welche Aufgaben er genau inne hat, erzählt er im Gespräch.

VERANSTALTER



Wie kommt man zur Night Of The Proms?

Ich kann mich kaum noch an eine Zeit davor erinnern. Ich hatte 1994 mit einem Kollegen eine kleine PR-Agentur in Augsburg, und wir befassten uns primär Radio-PR für einige Majors. Mein damaliger Partner kannte Dirk Hohmeyer, der damals einen „Mann für die Presse“ für die Proms suchte. Auf der Tournee 1997 war dieser erstmals dabei. Ich habe nur das Back-Office in Augsburg geleitet. Nach wenigen Tagen kam dann der Anruf, ich sollte die Tournee übernehmen, da es zwischen meinem damaligen Kollegen und Dirk Hohmeyer gekracht hatte. Entweder ich komme oder wir wären den Auftrag los.

Ich bin dann nach München gefahren, ins kalte Wasser gesprungen und habe mir nach zehn Minuten erst einmal im Load-in Bereich vom Hund von Debbie Harry (Blondie) auf die Schuhe kacken lassen. Jim Kerr (Simple Minds) und Alan Parsons haben sich halb totgelacht, und wir hatten einen genialen Abend. Irgendwie passte ich ins Team und bin seitdem bei den Proms dabei.

Welche Aufgaben hat ein Medien-Direktor in Zeiten von Multimedia mit Facebook, Twitter und Co. heute? Beginnt die eigentliche Arbeit erst mit dem Tourstart sondern schon wesentlich früher?

Die Arbeit für eine Tour beginnt teilweise schon ein Jahr im Voraus. Zudem haben sich die Aufgaben im Laufe der Jahre natürlich geändert. Während ich in den Anfangsjahren noch Negative und Bildabzüge zu hunderten kopieren lassen musste und VHS-Kassetten auf meinem Schreibtisch gestapelt habe, ist das Ganze in der heutigen digitalen Zeit viel schneller. Meine Aufgabe beginnt häufig mit der Vorbereitung von Textmaterial. Sobald die Künstler für die Tour feststehen, recherchiere ich das offizielle Material, also Biografien, Fotos und Videofootage, um damit möglichst viele Journalisten auszustatten, die dann im Vorfeld der Tournee darüber berichten sollen. Zudem pflege ich die Website und verschiedenen Social-Media-Kanäle, schneide Radio- und Video-Spots und bereite den Tagesablauf der Künstler auf der Tournee vor. Zudem organisiere ich die

VERANSTALTER

Pressekonferenz, andere Pressetermine und Interviews im Laufe des Jahres bis hin zu den Akkreditierungen der Journalisten vor Ort.

An den Showtagen Sorge ich dafür, dass die vorbereiteten Interviews dann auch entsprechend stattfinden, führe Sonderaktionen mit den Künstlern durch und bin ansonsten auch Mädchen für alles, was im Produktionsbüro anfällt. Da muss der eine Künstler zum Zahnarzt, und der andere möchte sich einen Gebraucht-Oldtimer anschauen. Wenn dann gerade kein anderer Zeit hat, mache ich auch solche Dinge.

Wann hat man dann Feierabend, nach der Show?

Das ist ganz unterschiedlich. In der Regel frühstücken wir um 9 Uhr und machen uns um 10 Uhr auf den Weg in die nächste Stadt. Dort checken wir ins Hotel ein und machen uns auf den Weg in die Halle. In der Regel bin ich um spätestens 15 Uhr da. Dann baue ich mit meinen Flightcase, das Produktionsbüro von PSE Germany auf, schaue, dass der Drucker funktioniert und unser WLAN steht. Dann werden die Listen mit den akkreditierten Fotografen vorbereitet und die Media- und Backstagepässe ausgestellt. Bis zum Eintreffen der Künstler um 18 Uhr schneide ich in der Regel Videos vom Vortag, die dann noch online gehen sollen. Danach werden die Inhalte für die Hallen-Screens gecheckt, damit in der jeweiligen Stadt auch die richtigen Screens eingeblendet werden. Ab 18 Uhr gibt es dann Interviews mit den Künstlern bis zum Konzertbeginn. Ab 19 Uhr öffnet der Pressecounter für die akkreditierten Journalisten und Fotografen. Diese werden dann eingewiesen und am Bühnenrand „geparkt“. Und um 20:00 Uhr startet die Show.

Sobald diese läuft und die Fotografen im Graben sind, haben wir 30 Minuten Zeit zum Essen. Während die Show läuft, machen wir mit den Künstlern, die nicht auf der Bühne stehen Interviews im Backstage-Bereich. Auch in der Pause gibt es immer irgendwelche Aktionen: Meet & Greet, Interviews, Backstage-Führungen, Live-Broadcast oder ähnliches. Nach Ende der Show wird das Material des Abends gesichtet, Fotos ausgewählt und Videomaterial geschnitten, um möglichst zeitnah mit dem Footage online gehen zu können. Gewöhnlich sind wir dann zwischen 1 und 2 Uhr nachts im Hotel. Meistens steht dann

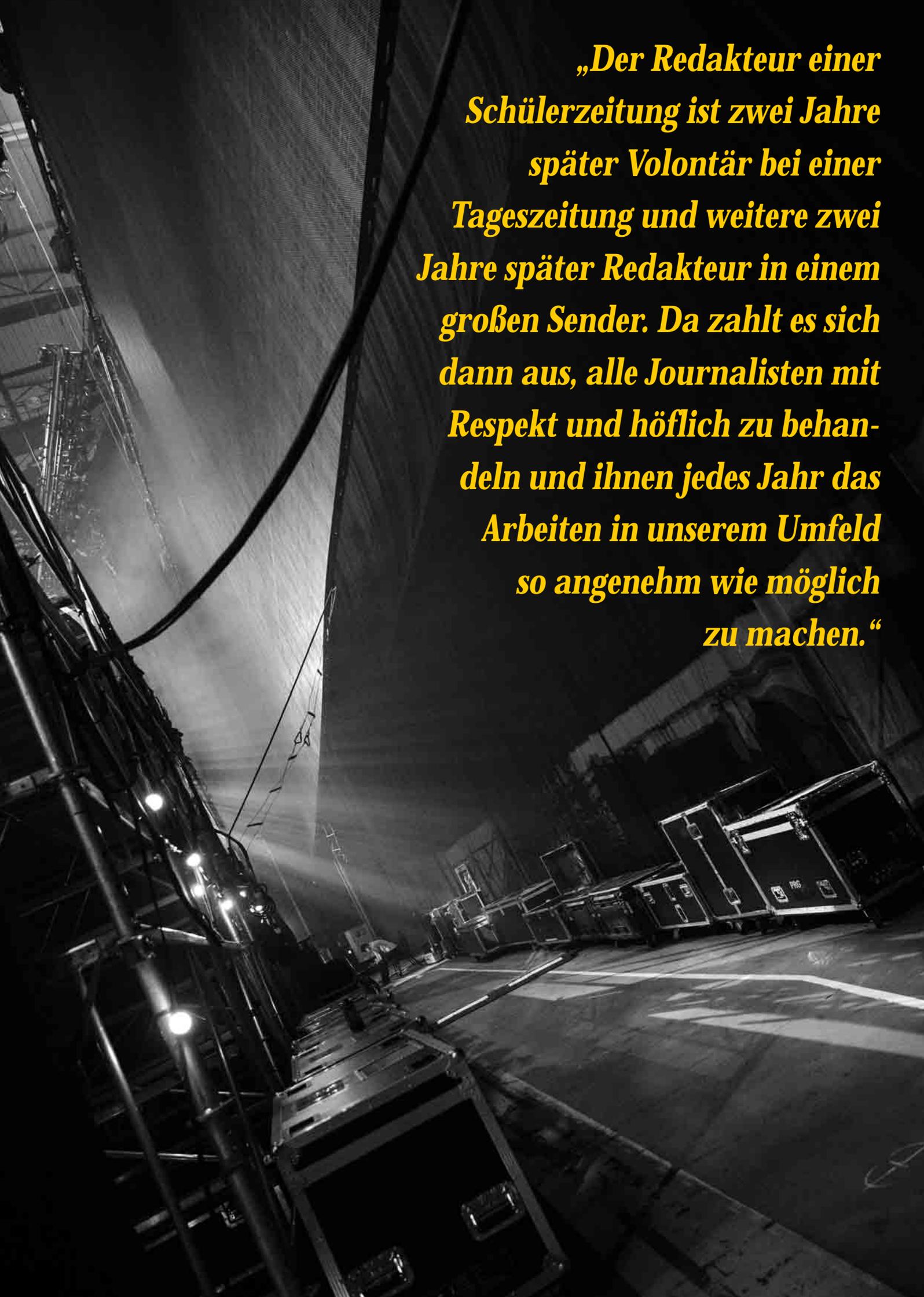
noch 60 Minuten Schreibkram an, bevor es auf einen letzten Drink an die Bar geht.

Die Medienlandschaft verändert sich: Online-Medien nehmen zu, Blogger kommen auf den Markt. Wie interessant sind diese für eine Night of the Proms im Gegensatz zum traditionellen Medien-Vertreter der Tagespresse?

Die heutige Medienlandschaft ändert sich so schnell wie nie zuvor. Zum einen herrscht eine verrückte Fluktuation in den Redaktionen und bei manchen Medien lohnt es sich nicht, den Namen des Redakteurs zu speichern, da er im kommenden Jahr ohnehin nicht mehr dort sein wird. Zum anderen gibt es kaum noch feste Mitarbeiter, worunter auch die Qualität bei vielen Printmedien leidet. Oft muss der Fotograf noch die Konzertkritik schreiben oder der Journalist die Fotos machen, da die Häuser nicht zwei Personen für so eine Veranstaltung abstellen können. Zudem gibt es im Online-Bereich ein brutales Preisdumping. Da nimmt man für „einen Appel und ein Ei“ auch gerne das Bild eines Hobbyfotografen.

Trotz all dieser Entwicklungen sind wir unserem Motto aus den Anfangstagen treu geblieben. Wenn ein Journalist bei uns anfragt, ob er über die Show berichten darf oder ein Interview machen will, unterscheiden wir nicht zwischen „wichtigen“ und „unwichtigen“ Pressevertretern. Da wir Jahr für Jahr wieder kommen, haben wir oft erlebt, dass der Redakteur der Schülerzeitung zwei Jahre später Volontär bei der Tageszeitung und weitere zwei Jahre später Redakteur in einem großen Sender ist. Da zahlt es sich dann aus, alle Journalisten mit Respekt und höflich zu behandeln und ihnen jedes Jahr das Arbeiten in unserem Umfeld so angenehm wie möglich zu machen.

Bei der Zusammenarbeit mit den Medien hilft die familiäre Atmosphäre auf unserer Tour unheimlich. Da wir ja keine Tournee einkaufen und durchführen, sondern die Show selbst produzieren, sind wir viel näher an den Künstlern. Außerdem schicken viele Stars ihre Tour-Manager auch nach ein paar Tagen nach Hause, da diese bei den Proms eigentlich kaum was zu tun haben. Damit kann ich meine Anfragen meist direkt persönlich an den Künstler stellen, die dann auch oftmals viel entspannter reagieren als Managements, die natürlich auch ihr Dasein rechtfertigen



„Der Redakteur einer Schülerzeitung ist zwei Jahre später Volontär bei einer Tageszeitung und weitere zwei Jahre später Redakteur in einem großen Sender. Da zahlt es sich dann aus, alle Journalisten mit Respekt und höflich zu behandeln und ihnen jedes Jahr das Arbeiten in unserem Umfeld so angenehm wie möglich zu machen.“



müssen. Dies geschieht dann in der Regel durch unzählige Mails, die das Leben dann kompliziert werden lassen.

Wir arbeiten auf hohem Niveau, das heißt, wenn ich den Künstler dazu bringe, ein bestimmtes Interview zu machen, kann er auch sicher sein, dass ich ihm nicht irgendeinen unvorbereiteten Heini vor die Nase setze. Wenn wir 15 Minuten vereinbaren, Sorge ich auch dafür, dass nach 15 Minuten Schluss ist. Im Gegenzug fordere ich aber auch von den Künstlern ein, dass diese zum vereinbarten Termin auch wirklich bereit sind. Das ist ein Geben und Nehmen.

Wie wird man denn plötzlich örtlicher Veranstalter (in Stuttgart), wenn man doch eigentlich „nur Medien“ macht?

Das war für ein paar Jahre und nur Übergangsweise, nachdem sich der Tournee-Veranstalter von einem örtlichen Veranstalter getrennt hatte. Ich kannte die Tournee, bin in der Nähe von Stuttgart beheimatet und mit den Abläufen vertraut. Da hat es sich angeboten, dass einen „Insi-

der“ machen zu lassen. Mit dem „Musiccircus“ haben wir aber seit 2014 wieder einen hauptamtlichen örtlichen Veranstalter, der meine Arbeit hier überflüssig gemacht hat.

Außerdem ist Stuttgart aus Sicht der Proms-Produktion nicht gerade meine Lieblingsstadt. Hier bleibt die halbe Produktion im Truck, da die Halle so niedrig und voller Schwaben ist. Sie hat zudem den wahrscheinlich ältesten und engsten Backstage-Bereich, das kleinste Büro usw. Am meisten freue ich mich eigentlich immer auf München, Hometown der Proms, mit der wahrscheinlich geilsten Stimmung einer Samstagsshow auf der ganzen Tour. Die Frankfurter Festhalle ist auch großartig. Und letztendlich hat das Ganze auch mit dem örtlichen Veranstalter zu tun. Hier gibt es ja auch persönlich mehr oder weniger engere Kontakte in der ein oder anderen Stadt.

Das zweite Interview mit Veranstalter Dirk Hohmeyer (PSE Events) folgt in der kommenden Ausgabe.

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände

Bobby glänzt wieder

Anfang November 2017 fand die feierliche Verleihung des Goldenen Bobbys im Meistersaal in Berlin statt. Erstmals hatte der Verband der Tonmeister VDT dieses Event als eigenständige Veranstaltung organisiert – losgelöst von der Tonmeistertagung.



„Durch diese neue Form bekommt der Preis mehr Gewicht und die Aufmerksamkeit, die ihm von seinem Ansehen her gerecht wird“, kommentiert Hans Schlosser, Vorstandsmitglied des VDT und maßgeblich Beteiligter bei der Organisation rund um den Goldenen Bobby.

Der denkmalgeschützte Meistersaal in Berlin, kombiniert mit den Räumlichkeiten der Emil-Berliner-Studios und der Hansa-Studios im gleichen Gebäude, bot das passende Ambiente für den Festakt. Sechs Kopfhörer-Inseln mit jeweils vier Kopfhörern ermöglichten es den Festgästen, die prämierten Aufnahmen in Ruhe anzuhören. „Es war schon lange unser Wunsch, die Aufnahmen dem Publikum vorzuführen“, freut sich Carlos Albrecht, Präsident des VDT. „Sie stehen schließlich im Mittelpunkt des Goldenen Bobbys. Dank der Neugestaltung der Preisverleihung hatten wir nun genügend Zeit und Raum für dieses neue Konzept.“

Erstmalig war die Verleihung des Goldenen Bobbys eine Kooperation mit der High End Society. Sie stand dabei beispielhaft für die Consumer-Seite, für die die Tonmeisterei ihre hochwertigen Produktionen erstellt. Die Firma Georg Neumann

Berlin war wie jedes Mal der Hauptsponsor und steuerte die aufwändig in Handarbeit produzierten Trophäen bei, basierend auf vergoldeten Tonband-Bobbys mit integrierten Neumann-Mikrofonkapseln.

Verschiedene musikalische Darbietungen aus Rock, Pop und Jazz lockerten die Ehrungen der Gewinner auf und unterstrichen die Vielseitigkeit des tonmeisterlichen Schaffens, ebenso wie der Preis selbst. Dieser wurde diesmal nämlich in den sieben Kategorien Jazz, Klassik Instrumental, Klassik Vokal, Pop, Rock, Ton zum Bild sowie Web-basierte Klangkunst ausgeschrieben. In den zwei Kategorien „Jazz“ und „Ton zum Bild“ fand die Jury allerdings unter den Einreichungen keine prämiierungswürdige Produktion, weshalb dort nur die Nachwuchspreise vergeben wurden.

Der VDT nutzte die feierliche Zeremonie der Preisverleihung außerdem als Plattform zur Vergabe der VDT-Ehrenmedaille. In diesem Jahr erhielten mit Günter Knon (Ambient Recording) und Fritz Fey (Studio Magazin) zwei Persönlichkeiten der Branche diese Auszeichnung, die sich in ihrem Berufsleben in besonderem Maße verdient gemacht haben.

NEU! Mini Audio Lab V3

Winziger Alleskönner für den Tontechniker

Der neue Mini Audio Lab V3 ist das universelle Testtool, das bei verschiedenen Live Anwendungen im „Analog End“ oder für den Lautsprechertest nach einer Veranstaltung zum Einsatz kommt. Bei einer Größe von nur 17 x 12 cm stehen dem Anwender die wichtigsten Testmöglichkeiten zur Verfügung. Umfangreiche Hilfsfunktion auf dem Display ermöglichen ein schnelles „Learning by doing“ und sparen wichtige Zeit auf der Bühne.



Folgende Funktionen sind integriert:

- Touch Display für einen schnellen zeitsparenden Zugang zu allen Funktionen.
- Feedbackerkennung, es werden direkt die am Equalizer zu reduzierenden Frequenzen angezeigt.
- Präzisions-Sinusgenerator mit umschaltbarer Frequenz auf die 30 Standardfilter (ISO) plus 440 Hz.
- Integriertes Messmikrofon mit Pegelanzeige bei verschiedenen Frequenzen.
- Klinkeneingang für externe Signale (z.B. vom Kopfhörerausgang vom Monitorpult für die Feedbackerkennung.)
- XLR Ein - und Ausgang zum Einschleifen und Mithören vom Analogsignal über Kopfhörer (6,3 mm Klinkenbuchse). Da Gerät kann daher auch als 1 Kanal In Ear Station genutzt werden. Der Status der Phantomspannung wird auf dem Display angezeigt.
- Regelbarer 1 W Verstärker auf NL4, umschaltbar zwischen 1+, 1-/2+, 2-
- Delay - und Polaritätsmessung von 8 m - 120 m, Anzeige in ms und Meter
- Pink Noise Generator.
- Burst Generator für Nachhallmessungen
- Impedanzmessung an Lautsprechersystemen bei verschiedenen Frequenzen.
- Integriertes Voltmeter für Batterien und Durchgangsprüfer für Bühnenkabel mit automatischer Umschaltung zwischen Voltmeter und Durchgangsscheck

Axel Joost Elektronik
Selsinger Straße 28
27404 Rhade
Tel: 0 42 85/951 56
Fax: 0 42 85/951 57
Mail: info@optogate.com
www.optogate.com

„Delivered on all fronts“

The largest and busiest Integrated Systems Europe (ISE) in its 15-year history drew record numbers of exhibitors and attendees from around the world for four days of business, education and networking at the RAI Amsterdam in February.



Throughout 15 halls, visitors experienced a vibrant showcase of the latest AV and systems integration technologies, products and solutions. The number of exhibitors totalled 1296, of which 294 were exhibiting for the first time. Combined, they filled 53,000 sqm of exhibition floor space. Floor space already confirmed for ISE 2019 currently stands at 103 % of the total booked for ISE 2018.

The number of registered visitors by the end of the show had reached 80,923, an increase of 10.3 % on the 2017 edition. Importantly, almost 20.000 visitors attended the last day of the show. On a distinctly positive note, over 30 % of the to-

tal attendees were visiting ISE for the first time, a key benchmark for exhibitors in their quest to develop new sales leads.

Mike Blackman, Integrated Systems Events Managing Director, commented: „It’s been a great show that has delivered on all fronts. I’m delighted to report that visitor numbers and exhibitor satisfaction have both been very high. On behalf of ISE, I’d like to thank all our attendees, exhibitors, partners and our co-owners AVIXA and CEDIA. This combination has made ISE what it is today and ensures that we are able to build on our successes year on year.“

Highlights of the show included: an Opening

MESSEN + EVENTS



1 Start mit neuem Namen AVIXA:
Rafael Melson, Riat Vieira

2 Lawos Marketingmann Andreas
Hilmer

3 Jetzt mit eigener Deutschland-
Niederlassung: Chauvet Germany
(v.l.): Alexander Rexforth, Thomas
Fischer, Henning Oeker

4 Namensgeber: Helen und John
Meyer

5 Ton Groen, Geschäftsführer von
Coda Audio



MESSEN + EVENTS



Address from architect and inventor Carlo Ratti that explored the evolution of smart building and „Senseable Cities, nine dedicated B2B conferences covering a wide range of AV topics from innovation and design to theme park „night-time spectaculars“, a Stand Awards competition, „Tech Tours“ to three leading AV installations including the Amsterdam Arena and five days of professional development programming.

Many exhibitors once again used the show as a launchpad for hundreds of new products, technologies and solutions. Technology and business trends included: a growth in IP and the crossover between broadcast and AV; commercially viable

virtual, augmented and mixed reality technologies and solutions; the increase of devices for the smart home; the divergence of digital signage with both smart systems and „plug and play“ gaining traction; the increase in small pitch LED displays; 4K everywhere; IoT everywhere; the growth of projection mapping; networked audio and the continued progression of the collaboration market.

For both AVIXA and CEDIA, the show provided a unique platform for the associations to reinforce recent initiatives and to cement their key role as providers of exemplary professional development programmes. ISE 2019 will be held at the RAI Amsterdam from 5-8 February 2019.



1 Mannschaftstreffen von Riedel



2 Fokussiert auf das Zielpublikum der ISE: Michel Matuschke von Beckhoff

3 Neben Chauvet hat auch Robe jetzt eine eigene Niederlassung in Deutschland mit Geschäftsführer Dieter Gross (links) und Marketingleiter Julian van den Stemmen.



4 Chritsian Bethin-Kittel (links) und Jörg Orendi von Audio-Technica.

5 Tobias Weich (Yamaha)



World Masters of Projection Mapping Showcase

Quistrebert brothers secure award for technical and production excellence



At a special Awards Showcase at the Integrated Systems Europe (ISE) 2018 Florian and Michael Quistrebert were announced as the winner of a special award for their participation in the World Masters of Projection Mapping. The announcement comes after a three week period, during which some of the world's leading video artists projected their artworks onto Amsterdam's multifaceted EYE Filmmuseum.

The World Masters of Projection Mapping is a joint venture initiative from Amsterdam Light Festival, ISE and RAI Amsterdam. The specific award for Stripes 5 recognises The Best Use of Location and Technology. In total, five artists were chosen to show their artworks on the building. The challenge for them was both creative and technical. The other finalists honoured at the ce-

remony were: Geert Mul; Alida Dors and Manuel Rodrigues; Telcosystems; Eder Santos. The selection of the finalists was carried out through close collaboration between the EYE Filmmuseum and Amsterdam Light Festival.

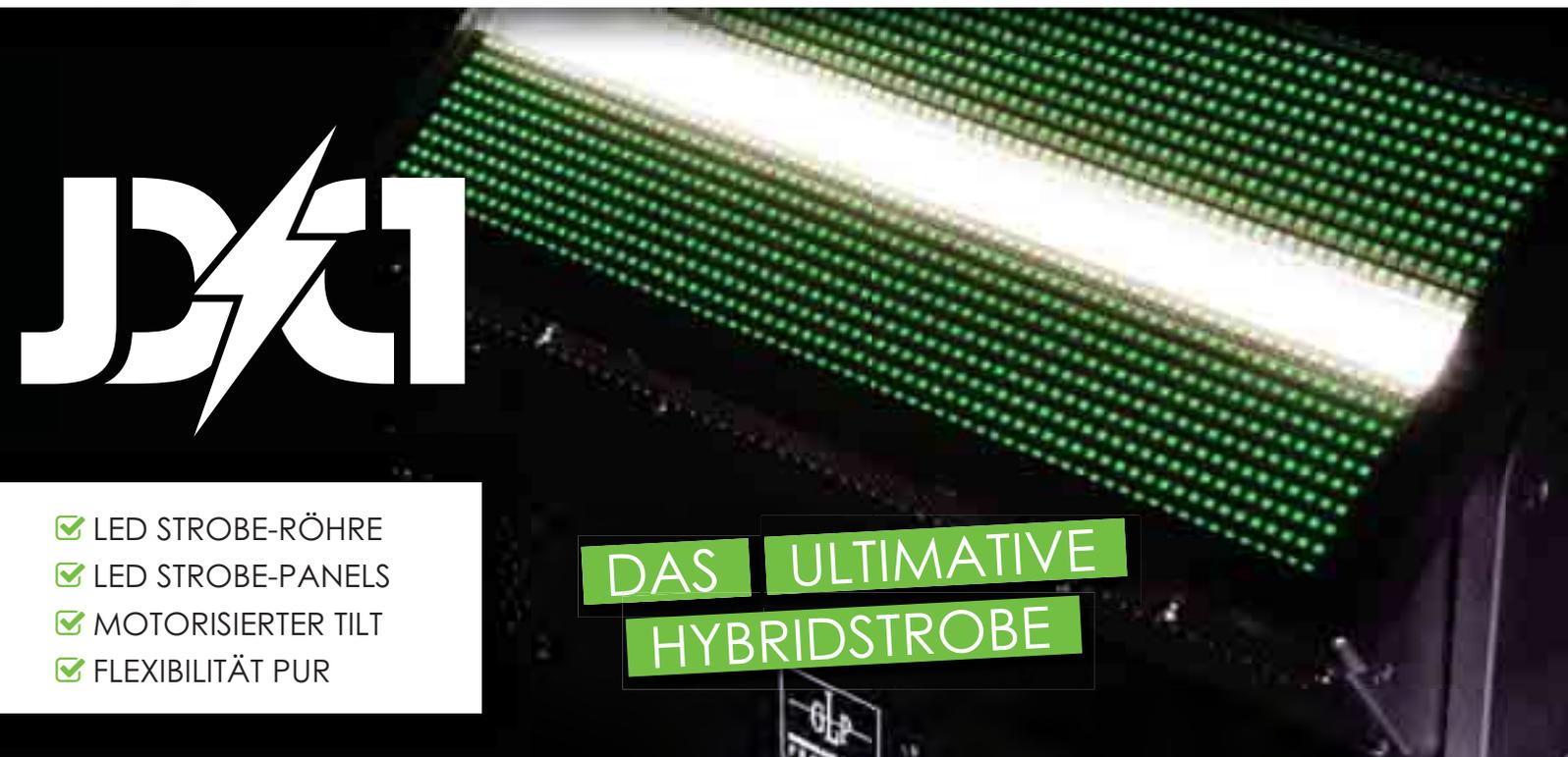
The International Jury, who judged the finalists on the 8th February comprised: Lennart Booij (Artistic Director of Amsterdam Light Festival, Jury Chair), Jaap Guldmond (Director of Exhibitions EYE Filmmuseum), Marente Bloemheugel (Associate Curator of EYE Filmmuseum), Jozef Hey (Founder and Owner of Beam Systems), Giny Vos (Artist), Paul James (ARC Magazine), Hartmut Kulesa (Panasonic Europe). Technical partners were Panasonic, Disguise, Alcons Audio and Lightware, creative partners: EYE Filmmuseum; and Beam Systems.



GT-1

DIE ULTIMATIVE
HYBRIDLAMPE

- ✓ **NEU:** 440 WATT OSRAM LEUCHTMITTEL
- ✓ STUFENLOSER ZOOM: 3,5° - 56,7°
- ✓ 2 GOBORÄDER (22 GOBOS)
- ✓ CMY PLUS FARBRAD
- ✓ DREI PRISMEN
- ✓ NUR 25 KG



JDA

DAS ULTIMATIVE
HYBRIDSTROBE

- ✓ LED STROBE-RÖHRE
- ✓ LED STROBE-PANELS
- ✓ MOTORISIERTER TILT
- ✓ FLEXIBILITÄT PUR



Taking Florence by storm

A hugely successful Showlight 2017 took place in summer at the Palazzo dei Congressi in Florence, Italy. This much-loved, nomadic lighting quadrennial – the tenth of its kind – was attended by a record number of international delegates with 25 countries represented amongst over 400 attendees.

The audience was treated to a broad and varied programme of papers and discussion panels delivered by 27 international designers and artists from many lighting disciplines across theatre, opera, film and television, architecture, live events - and everything in between.

Speakers for 2017 included Durham Marengi, Phil Méheux, Roger Simonsz, Mikki Kunttu, Al Gurdon, Amy Mae-Smith, Isabel Nielen, Jeff Ravitz and many more. Italian lighting designers from the host country included Marco Filibeck, Vinicio Cheli and Aldo Visentin. Showlight is a unique networking event, with a very different

format and focus from other conferences. Organised by professionals, for professionals, it presents an open forum, in which lighting and video designers, students, manufacturers and delegates are given a unique opportunity to mingle in an informal atmosphere. Alongside the small exhibition that surrounded the auditorium, there was plenty of time for socialising at company dinners, the Gala dinner and during the cultural visits to theatres and artisan workshops in and around Florence – all of which were based around the central programme of papers delivered by practitioners of their art.

MESSEN + EVENTS



The three days were informal, friendly, informative and entertaining – and a much-anticipated event in the lighting world.

Student participation is always high on the agenda for Showlight and Showlight 2017's exhibitors sponsored over 40 students, each of whom was assigned to a manufacturer for the duration of the event. Part of the student remit is to help the exhibitors set up and break down the stands. A number were also assigned to the Showlight film crew led by Bernie Davis - which recorded the papers sessions and provided on-screen visuals - to act as camera operators and sound assistants. In return the students had the opportunity to talk to manufacturers, lighting practitioners, delegates and other students and exchange information and ideas.

Claypaky, Showlight's main sponsor for 2017, hosted the Lightpower Collection „ In the Eye of the Rock n Roll Hurricane“ of Neal Preston. Proceeds from the sale of Preston's photography go to „Behind the Scenes“ and „Backup“, two entertainment technology foundations that provide relief for technicians in need, for which Lightpo-

wer Collection has raised \$ 75.000 to date. Gallery and Exhibition Manager, Giulia Canali, was presented each charity with a cheque for the sum of \$10,000.

„We have wanted to host Showlight in Italy for many years and we have been delighted with the result,“ states Pio Nahum, CEO of main sponsor, Claypaky. „It is an honour to welcome so many lighting designers to our country, to show them our famous hospitality and to spend so much quality time with them. And I have been so impressed by the speakers, there has been such diversity in the presentations. Of course, everyone here is a lighting expert, but there are always new things you can learn from each other at an event such as this! Showlight has been a wonderful opportunity for Claypaky to strengthen our relationships with so many prominent people in the world of lighting.“

Showlight chairman John Allen comments: „This was my fifth Showlight and the first as chairman. I would like to thank all our speakers and sponsors. If you missed Showlight, make a note in your diary now. The next Showlight is in May 2021!“



Heading For The Alps

In late 2017, 145 audio professionals from throughout Europe headed for the Austrian Alps, as Yamaha hosted its sixth annual System Designers Conference in the Scalaria Conference Centre, St Wolfgang.



Featuring workshops and lectures on a wide variety of topics, it was a truly international gathering, attracting audio professionals from Austria, Belgium, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Italy, Montenegro, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Serbia, Slovak Republic, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, UAE and the UK.



As usual, Yamaha Music Europe worked in close co-operation with a number of other leading manufacturers, who provided staff leading the seminars, expertise and equipment. This year they were Audinate, Beckhoff Automation, Dan Dugan Sound Design, Nexo, Revolabs and Stage Tec. Atterotech and Shure also provided product support. A dedicated crew of 43 from across all the participating companies planned, managed, built and presented the various demonstration systems.



Seven main spaces at Scalaria were used for the seminars. The biggest was the Circus Hall, which hosted a number of sessions and also the conference dinner. This was followed by a performance by the Wolfgang Haffner All Star Band. The performance was streamed live to Facebook using a Newtec Tricaster system, with the audio feed coming direct from the Yamaha CL5 mixing console manned by sound engineer Olli Voges.

With so many seminars covering a huge range of topics - from „ears-on“ presentations about many different pro audio concepts and applications, through the use of Dante, the new CS700 Video Sound Collaboration System, different control systems, simulation software, location recording, Yamaha matrix processors and many, many others - the event was hailed a huge success by all who participated.

NOW!

MESSEN + EVENTS



„Internationale Ausrichtung“

Die „Best Of Events International“, kurz BOE, entwickelt sich mit großen Schritten weiter. In diesem Jahr war das Angebot an Foren und Begleitveranstaltungen so breit wie noch nie. Auch die rund 550 Aussteller aus 13 Ländern bedeuteten ein Plus von 14 Prozent.

Mit 10.400 Besuchern kam erneut eine fünfstellige Fachbesucherzahl in die Westfalenhallen nach Dortmund. Schwerpunktthemen 2018 waren Catering und Veranstaltungssicherheit. „Die BOE hat auf allen Gebieten vielfältige Trends und Innovationen vorgestellt“, fasst Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund, zusammen.

Das Angebot der Messe überzeugte. 91 Prozent der Besucher waren mit der BOE 2018 nach eigenen Angaben zufrieden. Jeder Fünfte vergab sogar die Bestnote und war ausdrücklich „sehr zufrieden“. Insgesamt war das Feld der Aussteller und Dienstleister sehr vielfältig und interessant. Der Trend zur Digitalisierung war bei den Auftritten stark sichtbar und wurde durch das spannende und abwechslungsreiche Vortragsprogramm gut unterstrichen.

Auf Besucherseite bildete die BOE ein breites Spektrum ab. Zu den größten Besuchergruppen gehörten Event-Agenturen und Event-Veranstalter. Darüber hinaus waren aber auch Branchen und Sektoren wie Veranstaltungstechnik, Öffentliche Hand, Hotel und Gastronomie, Messebau, Verbände, Automobil, Veranstaltungssicherheit und Versicherungen/Banken vertreten. Auf der BOE wurden auch dieses Mal wieder die Preise des Internationaler Nachwuchs Event Award INA sowie des Blach Report Event Award BEA verliehen. Der renommierte BEA stellt eine der wichtigsten Auszeichnungen für kreative Events dar.

Mit ihm zeichnete eine Jury zum elften Mal die kreativen Aspekte sowie die Zielorientierung eines Eventkonzepts als Instrument der Marketing- und Unternehmenskommunikation aus. Um den 13. INA hatten sich Nachwuchskräfte aus Unternehmen, Agenturen, von Dienstleistern, Verbänden oder Institutionen sowie Freelancer im Alter bis zu 27 Jahren beworben. Ausgezeichnet wur-



den die kreativsten Event-Konzepte zum Aufruf „Fill your life with adventures, not things. Have stories to tell, not stuff to show“.

Bereits einen Tag vor der BOE 2018 begannen der internationale Street Food Congress Europe und die zweitägige mx31-Messefachtagung des „Messe-Instituts“ im Kongresszentrum Westfalenhallen. Die IST-Hochschule in Düsseldorf richtete dort gemeinsam mit dem Verband Degefest am 11. Januar 2018 erstmalig das „Forum Event“ aus – einen neuen Nachwuchskongress. Am Abend des 10. Januar fand ebenfalls wieder die BOE-Night statt, dieses Mal in Halle 8.

Ab sofort hat die Messe auch ein neues Logo. Dieses konzentriert sich ganz auf eine klare Absenderfunktion mit den drei Buchstaben BOE. Die Farbgebung des bisherigen Logos wird jedoch mit den Farben Schwarz, Rot und Grau übernommen. Mit dem International Festival of Brand Experience rufen BlachReport, BOE, FAMAB und Studieninstitut für Kommunikation im kommenden Jahr ein neues Format ins Leben. Dort fließen u.a. die Award-Formate der Initiatoren (BEA, FAMAB Award, FAMAB New Talent Award und INA) ein.

Die erste Ausgabe des Festivals findet 2019 am Vortag der BOE statt. Den Auftakt der Veranstaltung bildet ein Kongress, der relevante Branchenthemen und Trends beleuchtet. Am Abend werden dann die besten Arbeiten der Branche ausgezeichnet, die bei der anschließenden Party gebührend gefeiert werden können. 2019 findet die BOE am 16. und 17. Januar statt.

MESSEN + EVENTS



„Wie in den letzten Jahren auch, können wir sehr zufrieden sein. Wir sind seit der ersten Stunde auf der BOE dabei. Wir sehen sie als Leitmesse, als den Auftakt des Jahres und als Networking-Plattform. Wie ein ‚Klassentreffen‘.

Die BOE ist ein wichtiger Kommunikationspunkt, wo man noch relativ in Ruhe über alles reden kann und eine schöne Zeit hat. Die Qualität der Besucher ist gut. Das hier ist für uns die wichtigste Messe in diesem Bereich. Wir kommen wieder.“

Alexander Ostermaier, GF N+M

Gelungenes Get Together

Ende Oktober 2017 fand zum dritten mal der „Innovationday“ bei Wilhelm & Willhalm Event Technology in Aschheim statt. Mit über 90 Besuchern war das Event, bei dem sich insgesamt 11 Firmen mit ihren neusten Technologien präsentierten, damit überaus erfolgreich.



Die Besucher konnten sich über die neuste Technologien aus dem Bereichen Licht, Video und Beschallung informieren und sich direkt mit dem Hersteller austauschen.

Die Partnerfirmen L-Acoustics, Mega Audio mit DPA, Shure, AV-Stumpfl, Robe, Swisson, Cham-sys, Adam Hall, Pioneer DJ und Ledium präsentierten Ihre Highlights in kurzen Vorträgen. Zwischendurch konnten Fragen an den Ständen

der Aussteller erörtert und Kontakte geknüpft werden.

Am Abend konnten sich alle Gäste und Aussteller beim gemeinsamen „Get Together“ persönlich austauschen und mit BBQ und Drinks entspannen. Wilhelm & Willhalm Event Technology, 1991 von Alexander Wilhelm und Andreas Willhalm gegründet, freuen sich schon jetzt auf den nächsten Innovationstag.



MEGA
Pointe.

THE NEW REFERENCE POINT

ROBE[®]

www.robe.cz

Konzert-Guru Fritz Rau, erfolgreich erprobt in vielhundert Konzerten mit internationalen Superstars, tigerte hektisch rauchend und mit zerzausten Haaren immer wieder zwischen dem mittelgroßen Backstage-Zelt und der riesigen Bühne auf dem einstigen Reichsparteitag-Gelände in Nürnberg hin und her. Es war der 1. Juli 1978. **Bob Dylan** hatte sich angekündigt.

Ich als Jude hier auf dem Naziplatz in Nürnberg!“

Hansi Hoffmann berichtet.

Acht Monate zuvor hatte Rau in Los Angeles bei seinem Freund, dem Dylan-Manager Jerry Weintraub, den Millionenvertrag für die Europa-Tournee mit den allerersten Konzerten des Stars in Deutschland unterschrieben. Am Ende der tagelangen Vertragsverhandlungen schlug dann Rau mutig dem Sänger vor, das Finale der Deutschland-Konzerte als Open Air auf dem einstigen Reichsparteitagsgelände in Nürnberg zu zelebrieren, wohl wissend, was dieser Platz für den Juden Robert Allen Zimmermann alias Bob Dylan bedeuten musste.

Als mir Fritz Rau von seinem Vertragspoker und dem Husarenstreich mit dem Aufmarschgelände der Nazis berichtete, vergaß ich meine dampfende Kohlroulade in unserem Bad Homburger Stammlokal „Wasserweibchen“. Bei unserem Planungsgespräch für die Dylan-Promotion in Deutschland konnte ich zögerliche Untertöne bei Rau heraushören, seine leichten Zweifel an dem

Erfolg seines Nürnberg-Vorschlages. „Aber Dylan hat meine Idee gut gefunden“, berichtete Rau. „Er kannte sogar das Gelände, denn er hatte diesen Nazi-Werbefilm „Triumph des Willens“ von der Hitler-Verehrerin Leni Riefenstahl - eine Dokumentation des Nazi-Aufmarsches in Nürnberg - als Video zuhause!“

Die US-Armee, die Teilbereiche des Geländes nutzte, gab problemlos ihr OK. Die Stadt Nürnberg, die fast eine halbe Million Mark als „Miete“ kassierte, machte durch idiotische Auflagen nur Probleme. Sogar die Naziparolen an den riesigen Steinquadern musste der Veranstalter selber abkratzen. Die gigantische Soundanlage auf der XXL-Bühne wurde durch Lautsprechertürme inmitten des Geländes verstärkt. Immer wieder schauten wir in den Himmel. Dicke, dunkle Regenwolken hingen über dem Platz, über mehr als achtzigtausend Dylan-Fans. Gitarrengott Eric Clapton begeisterte die Massen, im tosenden

Beifall wurde die Bühne komplett abgeräumt, nur ein schwarzes Barrelhouse-Piano prangte in der Mitte. Der großartige Bluessänger Champion Jack Dupree, zugleich ein begnadeter Pianist, schaffte Momente der Besinnung nach dem krachenden Sound der Clapton Band.

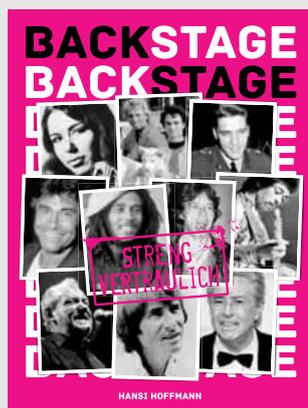
Fritz Rau schluckte die vierte Captagon-Pille für sein flatterndes Nervenkostüm, trat die halbgerauchte Zigarette aus und zog mich in den Seitentrakt der Bühne. Noch im Finale-Applaus für den Blues-Heroen rollten die Techniker einen kompletten Bühnenset hinter einem Vorhang hervor und schoben ihn bis an den Bühnenrand. Keine Umbaupause für die Dylan-Fans. Eine logistische Meisterleistung!

Wenige Minuten nach dem letzten Pianoklang stand Bob Dylan am Mikrofon, begleitet von seinen sechs Musikern und den drei schwarz-weißen Backgroundsängerinnen. Vor dem Sänger über 80.000 endlos jubelnde Fans, in seinem Blickfeld gegenüber die Quadern der protzigen Hitlertribüne. Bevor Dylan den ersten Ton sang, brach die dunkle Wolkendecke auf und ein breiter Strahl der Abendsonne tauchte ihn in ein warmes Licht. Achtzigtausend fielen kreischend in Ekstase. Rau brüllte mir ins Ohr: „Das ist göttlich, er ist gekommen - der Messias unserer Rockkultur!“ Dylan begann sein Programm mit „Like A Rolling Stone“, der Jubel fand einfach kein Ende. Mit seiner weltberühmten Stimme, die so klang, als käme sie über die Mauer eines Tuberkulose-Sanatoriums, löste er eine Hysterie nach der anderen aus. „Hurricane“ - Jubel - „Knockin' On Heavens Door“ - Klatsch-Orkan - „It's All Over Now, Baby Blue“ - Kreisch-Attacke! Dann stand der Star plötzlich mutterseelenallein am Bühnenrand, mit seiner verkratzten Akustikgitarre und das Gestell mit der Mundharmonika von dem Mund. „Mister Tambourine Man“, „The Times They Are A-Changin'“ - endloser Jubel. Als Dylan zum Finale „Blowin' In The Wind“ anstimmte, stand plötzlich Eric Clapton mit seiner Gitarre neben dem Sänger und gemeinsam sangen sie die Hymne einer verlorenen Generation. Rau, der neben mir immer stiller geworden war, fiel mir plötzlich in die Arme, heulte lauthals und schluchzte immer wieder. „Die ganze Arbeit hat sich gelohnt. Ich bin glücklich.“ Zwei Stunden später saßen wir zu einem kleinen Imbiss im

internen Kreis in der Brasserie des Nürnberger Grand Hotels. Der sonst so wortkarge Dylan war geradezu in Plauderlaune. „Dieses Konzert in Nürnberg war das Ergreifendste meiner bisherigen Karriere“, gestand der Star. „Ich werde ab heute immer wieder gerne nach Deutschland kommen!“ Acht Stunden später fuhren wir in einem angemieteten Salonwagen der Bundesbahn - Dylan wollte die Europa-Tournee mit der Eisenbahn absolvieren - zur nächsten Konzertsation Paris. Dylan grinste nur, als wir ihm sagten, dass er gerade im Ohrensessel des einstigen Reichsmarschalls Hermann Göring saß, denn für ihn hatte die Reichsbahn einst diesen Luxuswaggon gebaut.

Elf Jahre später - Mai 89. Dylan startete seine große Europatournee mit „The Band“ und als Gäste „Tom Petty & The Heartbreakers“ in der ausverkauften Messehalle von Basel. Zusammen mit Journalisten vom „Spiegel“, vom „Stern“ und dem Musikspezialisten Wolfgang Sandner von der „Frankfurter Allgemeinen“, war ich nach Basel geflogen, weil uns das Dylan-Management drei Interviews von je fünfzehn Minuten zugesagt hatte. Im Fünf-Sterne-Hotel „Drei Könige“ hatte ich auf dem gleichen Flur der Dylan-Suite den kleinen Salon „Ascona“ zum Halbtagspreis von 650 Franken - acht Mini-Flaschen Selters und Apfelsaft inbegriffen - für die Interviews angemietet. Liz Carshon, das Mädchen für alles beim Dylan-Management, begrüßte uns mit sorgenvollem Gesicht und deutete an, dass „Mister Dylan“ sehr schlecht geschlafen hätte, nach dem Soundcheck bis zum Konzert unbedingt Ruhe brauche und „please be so generous to have the interviews next morning.“

Wir hatten natürlich keine Wahl. Jetzt gehörte uns acht Stunden ein Luxus-Salon in der 900 Jahre alten Herberge, ausgestattet mit wertvollen Gemälden und Gobelins, besucht von unzähligen europäischen Kaisern und Könige - aber keinen Bob Dylan. Als kleines Trostpflaster ließ ich ein opulentes Essen von sechs Gängen mit verschiedenen Rot- und Weißweinen auffahren. Jeder meiner drei Gäste wusste während des „goodwill and hopeful“-Menüs aus den tiefsten Recherchequellen über Dylan etwas sehr Persönliches zu erzählen. Von der Joan Baez-



Backstage – Streng vertraulich

Hansi Hoffmann arbeitete bis zuletzt an „Backstage – streng vertraulich“, welches als E-Book erscheinen sollten. Seine Geschichten zeigen die Branche einmal in einem ganz anderen Licht, nicht investigativ, mehr protokollarisch, amüsant, informativ und detailgetreu. Kein Reißer, keine Enthüllungsbioografie, keine Effekthascherei auf Kosten der Stars - einfach nur ein Dokument über eine Branche, die große Kapitel des Zeitgeistes beeinflusst hat – und es auch noch immer tut. Damit die Geschichten nicht in Vergessenheit geraten, greift ET.Now sie auf und wünscht viel Spaß mit „Hoffmanns Erzählungen“

Der Autor



Hans-Jürgen „Hansi“ Hoffmann (1928-2015) war ein alter Hase. Seit fünfzig Jahren tummelte er sich in der Haifischbranche, besser bekannt als Showbusiness. Als gefragter Presseemann und Promotionprofi arbeitete er mit allen Größen im weltweiten Tourneegeschäft. Mit seinen Firmen „Concertpublicity“ und „Hoffmann Media“ wurde Hansi Hoffmann zu einer der Größen der Musikgeschichte. Karl Günter Rammoser (Public Address) sagte in einem Nachruf: „Die elektrische Eisenbahn im Keller seines Lüneburger Hauses muss nun ohne die ordnende Hand des Stationsvorstehers weiterfahren. Aber wir alle behalten viele Hansi-Bilder in unseren Köpfen.“

Tournee '63, bei der Dylan als Newcomer im Vorprogramm sang, der Veranstalter ihn rauschmeißen wollte, weil er so grottenschlecht sang.

Doch Joan Baez hielt an ihm fest, da sie mit ihm bereits das Bett teilte. Oder die Hochzeit 1965 mit Sara Lowndes, die bis zur Scheidung nach zehn Ehe-Jahren für den ganzen Dylan-Clan eine absolute Geheimsache war. Zwei Management-Mitarbeiter wurden sogar gefeuert, weil sie geplaudert hatten. Über seinen schweren Motorrad-Unfall 1966, der dem Sänger einen gebrochenen Halswirbel und weitere Blessuren einbrachte, wurde geflüstert, dass der Star von einem bösen Cocktail aus Drogen und Alkohol in seiner Fahrtüchtigkeit gehandicapt war. Durch eine nicht gerade kleine Summe an Bestechungsgelder wurden die genauen Umstände der Unfallursache höchst diskret unter den Teppich gekehrt..

Die nächste Überraschung erwartete meine Reporteräste in der Baseler Messehalle. Die Presseplätze waren direkt vor dem rechten Sound-Verstärker-Turm. Hinzu kam, dass der berühmte Stern-Fotograf Robert Lebeck seine Kameras an der Garderobe abgeben sollte. Dylan hatte ein totales Fotoverbot für die ganze Tournee angeordnet. Aus Protest fuhr das Stern-Team mit dem Nachtexpress von Basel zurück nach Hamburg, verschenkte die vollbezahlten Eintrittskarten.

Bei diesem Konzert lernte ich eine ganz neue Attitüde im Showbusiness kennen. Bob Dylan schlurfte mit Gitarre auf die Bühne, drehte den Mikrofonständer einmal um die eigne Achse, stellte sich mit dem Rücken zum Publikum und sang und spielte neunzehn seiner Songs, verlor nicht ein Wort an seine Fans, missachtete den Beifall und ging ohne jede Zugabe von der Bühne.

Miss Liz Carshon erklärte am nächsten Mittag, dass wohl kaum eine Chance für die zwei Interviews hier in Basel bestünde, weil „Mister Dylan“ sehr spät am Vorabend zur Ruhe gekommen sei. Aber in zwei Tagen in München, da gäbe es sicher eine Chance...

Anmerkung der Redaktion: Bob Dylan befindet sich nach wie vor auf seiner „never ending tour“, wie sie unter Journalisten heutzutage heißt. Und das Fotoverbot besteht nach wie vor.

agenturen

av-medientechnik

business

catering

equipment

installatione

interview

knowledge

leute

messen+events

portrait

rental

serie

veranstalter

verbände



Cool, credible and creative

Chance the Rapper is enjoying plenty of popularity and critical comment in general, and on his past US tour in particular, which featured an eye-catching show designed by another rising star in our own industry, Michael Apostolos.

Like the artist, Michael is also based in Chicago. They met through Chance's management team four years ago, when Michael started as LD, and he is now the creative director as both their career trajectories have soared. Michael put Robe moving lights right at the heart of the „Be Encouraged“ tour, specifying 30 BMFL Spots, 4 BMFL Wash Beams and 56 LED Wash 1200s as well as 8 Cyc FX 8s for the tour, all supplied by rental specialist Solotech.

The lights were positioned across five overhead 'finger' trusses, fanning out from upstage center and along the deck upstage of the band risers. The LED Wash 1200s formed the „backbone“ of the show explained Michael. They were in virtually every cue, programmed into the grandma 2 console, and some meticulous programming ensured that each LED Wash look was unique and interesting. The BMFL Spots were the major profile fixture, while the Wash Beams were used for specials and surprises in this colorful, high-impact performance. The Cyc FX 8s were used to add low backlight to the band and help create highlighting moments delineating the musicians on stage.

In his creative director's role for the tour, Michael also designed the set, based around a lar-

ge upstage curved LED screen, bringing a clean and elegant look to the stage. This was framed by two proscenium light boxes, which added further color and definition. The light boxes had an opaque frosted plexi on them which helped diffuse color blasts within.

Both IMAG and playback video footage appeared on the screen throughout, running harmoniously with the lighting in a series of carefully choreographed sequences and cues, that captured and embraced the numerous moods and vibes throughout the set, from moments of intense excitement to the intimate and personal, as Chance expands the great connection he has with his audiences.

Michael is really enjoying being able to collaborate with Chance on his live shows and being part of a close-knit family on the road, all with a real passion for their work and how it can fit together as a collective entity. His programmer and associate designer on the tour was Elliot Little. The two have worked together before and enjoy a great imaginative workflow. The video director was Bob Zegler and the content was created by OJ Hays and 4U2C. Keeping everything in check on the road was production manager Jeff Kiklighter.



BACKLINE HIRE

TOUR PRODUCTION - STORAGE - TOUR SUPPLIES
FLIGHT CASES HIRE - PIANO HIRE - REHEARSAL ROOMS



DAS BRS LAGERHAUS
VERFÜGT ÜBER EINE GROSSE AUSWAHL
AN INSTRUMENTEN:

DAS INVENTAR WIRD STÄNDIG
MIT AKTUELLEM EQUIPMENT
UND AUSGEWÄHLTEN KLASSIKERN AKTUALISIERT.



SCHLAGZEUGE & PERCUSSION - KEYBOARDS - DIGITAL & GRAND PIANOS - SAITENINSTRUMENTE
VERSTÄRKER - DJ GEAR - NOTENPULTE - ORCHESTERINSTRUMENTE ETC...

BACKLINE RENTAL SERVICE - SÄTTLERSTRASSE 28 - 30916 ISERNHAGEN / GERMANY

TEL: + 49 (0) 5136 - 970 60 30

E-MAIL: INFO@BACKLINE-GERMANY.DE

WWW.BACKLINE-GERMANY.DE

Aero-Vederci Baby!

Auf der Abschiedstour von Aerosmith tauscht Cosmo Wilson einen Himmel voller Sixbars gegen 272 Impression X4 von GLP – und werden fortan nicht mehr „von oben gegrillt“.

Wenn die großen, alten Rockbands auf Tour gehen, dann ist Cosmo Wilson ganz sicher dabei. Für über 40 der angesagtesten Rockacts dieser Welt war Cosmo Wilson seit den 80ern unterwegs, darunter die Stones, AC/DC, Rod Stewart, ELP oder INXS. Und jetzt sind es bereits zum fünften Mal Aerosmith, für die Wilson mal wieder ein klassisches Set voller Sixbars unterm Bühnendach designed hat. „Diesmal haben wir allerdings ein paar kleinere Änderungen eingebaut“ verrät er, „denn es gibt tatsächlich gar kein Parlicht mehr bei dieser Show. Den Part übernehmen jetzt fast dreihundert Impression X4 von GLP“, so Cosmo weiter.

Die Idee zum Sky Full Of Lights und die klassische Optik der großen 80er Rockshows hatte Wilson bereits 2016, als Aerosmith noch in Südamerika auf Tournee waren. „Für die letzte Tour sollte es nochmal so aussehen wie damals in den 70ern und 80ern. Natürlich haben wir auch eine LED-Wand dabei, die gab es damals noch nicht, aber ich wollte eine gelungene Symbiose aus alt und neu.“ Das kostete ihn etwas Überzeugungsarbeit bei der Band, „denn die Jungs wollen nicht nur den Look, sondern auch das Feeling. PAR-Kannen machen Druck, machen Hitze, dieses Glühen, wenn sie ausgehen und haben diesen typischen Punch, wenn der Lichtstrahl auf einer Fläche auftrifft. Wir suchten also nach einer LED-Lösung, die genau dieses Feeling mitbringt.“

Vor fast 10 Jahren kam Cosmo zum ersten Mal in Kontakt mit den LED Movinglights von GLP, damals bei der Black Ice Tour von AC/DC. „Druck, Farben, Helligkeit - das alles hat mir gefallen, seither hab ich immer wieder gerne mit den Lampen gearbeitet. 2014 habe ich bei der 'Soundtrack Of Summer' Tour von Foreigner zum ersten

Mal die Parkannen durch LED ersetzt, und zu der Zeit war die Impression X4 gerade auf dem Markt“ erinnert er sich.

Nach diesem „Teilversuch“ setzte Cosmo Wilson nun also für die Aero Vederci Baby Tour voll auf die Impression X4. „Die Illusion war perfekt - für Band und Publikum. Denn auch die erwarteten diesen Look, wollten die alten, bekannten Bilder sehen - und genau das haben wir ihnen gegeben. Immer zwei parallele Sechsergruppen unter den Traversen, so stimmte nicht nur die Optik, sondern auch der Effekt ist genau wie damals“ zeigt sich Wilson sichtlich zufrieden. „Zudem habe ich noch diverse neue Möglichkeiten, die mir die Lampen bieten, wie etwa Strobeeffekt, Zoom oder Farbmischung. Und die Band freut sich über eine wirklich coole Bühne. Endlich mal nicht mehr von Oben gegrillt zu werden, das gefällt den Jungs absolut.“

In Nordamerika wird die Tour wie immer von Upstaging ausgestattet, mit denen Wilson und Aerosmith eine langjährige, gute Partnerschaft verbindet. „Da muss ich mir keine Sorgen machen, ich weiß, dass das läuft“ ist er sich sicher. „Bei den Shows in Europa jedoch war ich skeptisch. Für jeden Tourstop einen neuen Technikpartner ins Boot zu holen war keine Option, das hätte sich bei dieser Anzahl von Lampen und diesem Design nicht umsetzen lassen. Deshalb bin ich froh, dass wir PRG UK ins Boot holen konnten, die alle acht Stopps in Europa bedient haben. Die Jungs haben einen fantastischen Job gemacht!“

Ob nun der große Katzenjammer droht, nachdem die Abschiedstour vorüber ist? „Mal sehen“, gibt sich Cosmo Wilson da ganz vage. „Arrivederci“ heißt doch „Bis bald“, oder?“



Setlist

Let the Music Do the Talking
Young Lust
Cryin'
Livin' on the Edge
Love in an Elevator
Janie's Got a Gun
Stop Messin' Around
(*Fleetwood Mac*)
Oh Well (*Fleetwood Mac*)
Mama Kin
Sweet Emotion
I Don't Want to Miss a Thing
Come Together (*Beatles*)
Chip Away the Stone
Rag Doll
Dude (Looks Like a Lady)

Dream On
Walk This Way

Corbijns Global Spirit of Depeche Mode

Depeche Mode are not „down on their knees begging us to adore them“, right now, it's absolutely the other way around on the „Global Spirit“ world tour. The record breaking, box-office busting tour kicked off in Stockholm in May 2017 and is currently scheduled to continue until the third quarter of 2018.

It sees the band - and the genre-defying incendiary live performances keeping them at the bleeding edge of „cool“ for four decades - enjoying more global adulation, success and critical acclaim than ever. Blackburn UK based HSL is the worldwide lighting vendor for „Global Spirit“ which plays a mix of stadiums and arenas embracing every continent, working with a talented team on the road headed by legendary production manager Tony Gittins.

The eye-catching asymmetric lighting design was created by Sooner Routhier and Robert Long of SRae Productions in Nashville, and is being directed on the road by their associate LD, Manny Conde.

The stylishly industrial production design was imagined by the band's creative director Anton Corbijn, who has always pioneered video as an essential vehicle of live production. This is no exception with a large video screen upstage.

The elegance and depth of Anton's movies sets a powerful visual aesthetic defining the performance space. The pureness and simplicity of this cinematic approach has been a Depeche Mode visual trademark developed over the tours and the eras.

This coupled with lead singer Dave Gahan's presence and charisma plus the sheer dynamics of the music means Depeche Mode have never needed an elaborate set or a series of gags. The raw performance is what makes their shows so special. HSL's project manager looking after the tour is Jordan Hanson who comments, „It's cool to be working with Tony, Sooner, Manny and a

production for a great band that is literally THE tour of the moment and the one the industry is talking about!“

Chiefing the HSL crew on the road is one of HSL's most experienced regular freelancers, Ian Stevens. He is joined by the Jake Jevons, Harrison Cooke, Ben Eastham and Andy Whittaker. Ian comments, „We are having an incredible time on the road. I know you hear people say this sometimes on a long tour, but this really is like family! We all get on very well, there is no inter-departmental rivalry and everyone is skilled, dedicated and great at their jobs.“

The lighting rig is more complex than it might appear at first glance: There are a lot of moving elements and it requires plenty of attention to detail to get it looking just right in the different variations. „We are all very proud of how it looks and the part it plays in bringing great entertainment value to many fans,“ concludes Ian. The lighting crew has fluctuated between five and two depending on the format of the rig in relation to the leg and regional location of the tour. Most of the time it's all five. For sections like the upcoming Latin American leg, it will be Ian and Jake tech'ing the full floor package with the top rig being provided locally in each of the six countries on the itinerary.

For Tony Gittins having a single lighting vendor for the whole tour has not just made sense financially, it's made the whole process more efficient in terms of the equipment maintenance and having it permanently pre-prepped at HSL for the duration of the tour.



Setlist

Going Backwards
It's No Good
Barrel of a Gun
A Pain That I'm Used To
Useless
Precious
World in My Eyes
Cover Me
Insight
Home
In Your Room
Where's the Revolution
Everything Counts
Stripped
Enjoy the Silence
Never Let Me Down Again

I Want You Now
Walking in My Shoes
A Question of Time
Personal Jesus



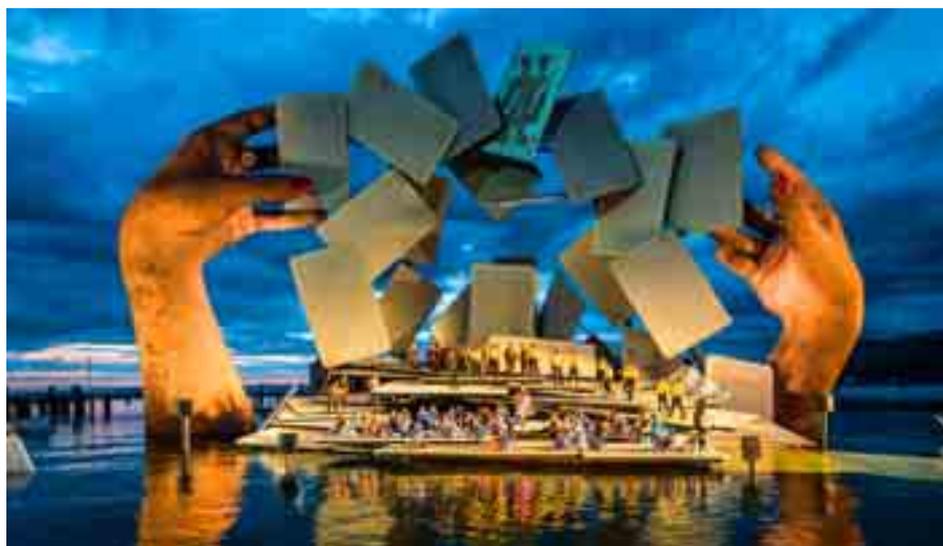
Anthony „Tony“ King



An zwei Konzertabenden in Hannover während des ersten Teils der Deutschlandtour von Depeche Mode begrüßten **Live Nation** und der örtliche Partner **Hannover Concerts** insgesamt 75.000 Besucher in der HDI Arena. Die geschäftsführenden Gesellschafter von Hannover Concerts **Nico Röger** (links) und **Michael Lohmann** (rechts) bedankten sich bei Live Nation Geschäftsführer **Marek Lieberberg** mit einem entsprechenden Award für das Vertrauen.

Carmen und Rigoletto

Bregenz liegt direkt am Ufer des Bodensees und die dortige Seebühne schwimmt auf dem Wasser. Für die alle zwei Jahre wechselnden Inszenierungen werden beeindruckende Bühnenbilder geschaffen. Ebenso fester Bestandteil des Bühnenkonzepts: Leuchten von SGM. Verantwortlich für die Umsetzung: **Markus Holdermann**.



Markus Holdermann ist der zuständige Beleuchtungsmeister der Seebühne in Bregenz und zusätzlich stellvertretender Leiter der Abteilung Licht. „Meine Aufgabe ist es, die Ideen bzw. das Lichtkonzept des Light-Designers für die jeweiligen See-Produktionen umzusetzen. Konkret heißt das für mich, dass ich mich um die gesamte technische Planung kümmere. Ich schaue, dass wir ausreichend Personal zur Verfügung haben und natürlich auch, dass die gesteckten Budget-Rahmen eingehalten werden.“

Im Jahr 2017 und 2018 steht „Carmen“ auf dem Spielplan und nachdem Markus Holdermann die Vorarbeiten für diese Inszenierung alle erledigt und auf den Weg gebracht hatte, ging es für ihn und das Team an die Proben und die jeweiligen Vorstellungen. „Aufgrund des großen Aufwands, den wir bei den Bühnenbildern betreiben, laufen unsere Produktionen immer über zwei Jahre. Nach Ende der kommenden Saison kümmere ich mich dann also um den Abbau.“ Aktuell laufen bereits die Planungen für die nächste Produktion auf Hochtouren: 2019 will man

„Rigoletto“ auf die schwimmenden Bretter der Seebühne bringen.

Bei der aktuellen Carmen-Inszenierung war er neben der Beleuchtung auch für den gesamten Multimedia-Bereich zuständig: „Bei Carmen ging es neben dem Lichtkonzept auch um die Umsetzung des Videodesigns. Da wir Videoprojektoren und Live-Kameras einsetzten, war das perfekte Zusammenspiel von Licht und Video sehr wichtig.“

Eine große Herausforderung bei jeder Produktion in Bregenz ist immer wieder die Positionierung und Installation von Scheinwerfern im Open-air-Bereich: „Die Positionen im Bühnenbild sollten möglichst nicht sichtbar sein, und die Installation muss allen Wittersituationen standhalten. Dabei spielen Regen, Wind aber auch die Sonneneinstrahlung eine große Rolle.“

Bei „Carmen“ setzte er Leuchten von SGM ein: „Neben 16 G-Profilen haben wir 14 P-5 und zwei Q-7 im Einsatz. Die Produkte sind aufgrund ihrer Wetterbeständigkeit gut geeignet für den Einsatz auf der Seebühne, da man auf platzraubende Regenschutzgehäuse verzichten konnte.“

Prolyte kauft man bei cast

Seit über 25 Jahren sind wir Prolyte und StageDex Vertriebspartner. Auch für Sie.

- ✓ beratungskompetentes, sympathisches Team
- ✓ hohe Verfügbarkeit durch großes Lager
- ✓ hauseigenes großes Zubehörprogramm für Traversen und Podeste
- ✓ Planungsspezialisten für Bühnendächer und Spezialfälle
- ✓ einziges Heavy Duty Truss Competence Center
- ✓ regelmäßige Workshops und Produktinfos aus erster Hand

Wir freuen uns auf Ihre Anfragen:

Team Bühnentechnik: 02331-69150-33

Oder direkt online bestellen auf castinfo.de



„Alles live, keine Timecodes!“

Michael Straun konzipiert das Lichtdesign der aktuellen Tour von James Arthur. Im Zentrum: eine Wand aus 80 JDC1 Hybridstrobes von GLP.

Nach der erfolgreichen Clubtour 2017 ist der Lichtdesigner Michael Straun aktuell auch mit der Arenashow von Superstar und X-Factor-Gewinner James Arthur auf Tour. Auch diesmal gehört Equipment von GLP zu seinem Setup. Ins Boot geholt wurde Straun erneut von Meggan McKenzie vom Live Dept, mit der er zusammen mit JP Firmin bereits bei Shows von Tinie Tempah oder Katy B zusammengearbeitet hatte.

Die Zusammenarbeit zwischen McKenzie und Straun war sehr eng. „Sie versorgte mich mit Ideen und Entwürfen, die ich dann in Licht umgesetzt habe“ berichtet Straun. „Wir wollten weg vom klassischen Setdesign und haben stattdessen versucht, Scheinwerfer als Teil des Bühnendesigns zu inszenieren. James war von Anfang an mit dabei und hat die Entwicklung verfolgt. Es sollte groß und beeindruckend wirken, und das ist mit einer Wand aus GLP JDC1 auch gelungen.“

Geliefert wurde die gesamte Lichttechnik von Christie Lites - darunter nicht nur die insgesamt 80 GLP JDC1 Hybridstrobes, sondern auch diverse Impression X4 Bar 20. „Ich wusste, dass Christie Lites diese neuen Strobes in großer Stückzahl angeschafft hatten, und so kam es schnell zur Zusammenarbeit. Das Showdesign basiert auf der bereits erwähnten Rückwand aus Strobes und mit den JDC1 hatte ich mehr Möglichkeiten als mit einem herkömmlichen Strobe.“ Gemeint ist das Konzept der JDC1 Hybridstrobes mit einer rein weißen, hellen LED Strobe Röhre im Zentrum und darüber und darunter vollflächigen LED-Panels mit RGB-Farbmischung. Beide Elemente können unabhängig voneinander angesteuert werden und eröffnen somit eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten und Kombi-

nationen. Auch ein dauerhafter Blinderbetrieb möglich.

Installiert wurden die insgesamt 80 Hybridstrobes an Leiterelementen im Bühnenhintergrund, zusätzlich wurden dort auch 14 der insgesamt 38 Impression X4 Bars geflogen, die restlichen 24 Bars kamen als Floorlights zum Einsatz. „Durch den Tilt der Strobes konnte ich die JDC entweder als Backlight oder Blinder nutzen und zudem die eigentliche Lichtquelle praktisch verstecken, wenn sie nicht gebraucht wurde“ beschreibt Straun den Einsatz. „Schließlich wollte ich das Publikum nicht ständig blenden, der Tilt war dafür eine gute Lösung.“ Auch von der Möglichkeit, Bitmaps über die Matrix aus Stroboskopien darzustellen, machte Michael Straun bei einigen Songs Gebrauch.

Aber auch die Elemente einer echten Rockshow sollten auf Wunsch von James Arthur nicht zu kurz kommen: „Die X4 Bars haben wir im Rigg so installiert, dass sie wie eine klassische ACL-Gruppe wirkten. Durch den Zoom konnte ich die Bars aber trotzdem weiterhin als Washlight einsetzen und die Bühne damit nahtlos in Licht tauchen“ beschreibt Straun seine Ideen. Angesteuert wurden die Pars im Pixel Mode, so dass auch Farbverläufe in den einzelnen Bars möglich waren. „Dieser Effekt hat etwas von Theaterbeleuchtung. Zudem brauchen die Bars kaum Platz und lassen sich nahtlos aneinanderreihen oder gezielt zusammen mit Setelementen in Szene setzen.“

Programmiert wurde die ganze Show hauptsächlich von Michael Straun selbst, anfangs stand ihm dabei noch Dan Williams zur Seite. „Alles live, keine Timecodes!“ wie Straun noch feststellt.



Setlist

Intro	Can I Be Him
Back From the Edge	Safe Inside
I Am	Certain Things
Impossible (<i>Shontelle</i>)	You're Nobody 'til Somebody
Sermon	Loves You/Cry Me a River
Sober	Let's Go Home Together
Recovery	
Roses	Sun Comes Up
Naked	Say You Won't Let Go
Careless Whisper (<i>G. Michael</i>)	





**90,000
visitors
7,9 million
viewers**

„New Year's Eve of Dreams“
on Europe's biggest
New Year's Eve stage
in Zakopane, Poland

On December 31, 2017, the historic city of Zakopane in the south of Poland, was home to one of the largest public festivities celebrating New Year's Eve in Europe. The team at Aram, an international full service stage design and

production company and a member of the PRG Alliance, worked alongside over 70 additional crew members led by production designer Giorgos Stylianou-Matsis and lightning designer Adam Tyszka, to deliver video technology and lightning setup for the event. The result of a three weeks long construction process was a stage situated at the foot of the Tatry Mountains, with a spectacular design that was fully complementary to the unique setting and weather conditions, providing a completely unique viewing experience to fans on-site and online alike.

This year's celebration broadcasted on TVP2 was titled „New Year's Eve of Dreams“, and it marked the second edition of a popular TV concert that welcomed an wide array of Polish and international music artists to the stage. The entire show has been driven by two Disguise 2x4 media servers and Barco e2. Lighting setup, designed by Adam Tyszka, has been controlled by Grandma 2 consoles. For the purpose of this project, Aram implemented the following lighting fixtures: Clay Paky Mythos, Sharpy and QWO800, Robe Robin 800/1200 and Spikie as

well as Prolights Air 6 Pix, Pixiebeam and Pars.

„Complex multimedia productions for live events are our bread and butter, but New Years Eve of Dreams is a project that went one step above everything else we've done so far“ said Rafal Mrzyglocki, CEO at Aram. „Due to the location and the size of the stage, the scope of festivities and many constantly changing elements - such as the weather conditions - the design and lightning were one of the most complicated projects we've ever worked on. We're proud of the result and hope for it to remain an inspiration to all of us.“

The star of the evening, Luis Fonsi, performed his hit „Despacito“, attracting over 7,4 million concurrent viewers. Over 90.000 visitors and an average of 7,9 million viewers have tuned in to the broadcast to welcome 2018 in style.

For the past 17 years, Aram has been one of the leading companies specializing in complex multimedia designs for large-scale events. As one of the very few specialists active worldwide, the company has been working on some of the most sophisticated productions in the world of TV entertainment, music festivals and esports - including leading the „from concept to reality“ projects for the world's largest esports company, ESL, the Rio Olympics Fashion Show, and the NATO conference.



smartScreen 23

Die mobile LED-Wand mit 23 qm
Bildfläche auf 3,5 to Fahrgestell

Kultour[®]
Kultour GmbH

Wolbecker Windmühle 51
D-48167 Münster
Tel.: +49 (25 06) 8 12 40-0
info@kultour.de | www.kultour.de

The Perfect Illusion

As already known, due to constant illness, the tour of Lady Gaga suddenly came to an end. ET.Now attended one of the last shows. See what you missed.

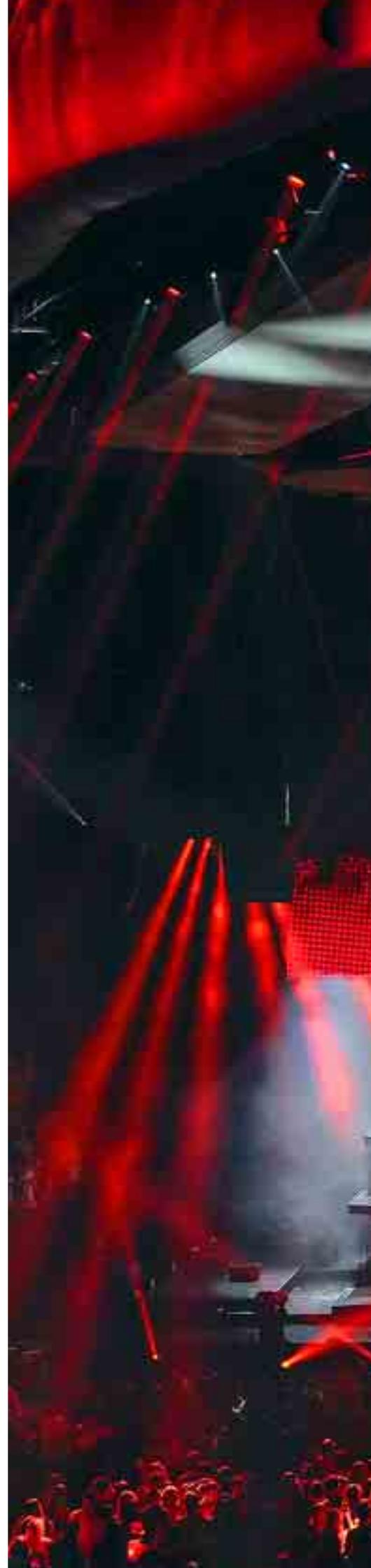
When one of the world's most innovative, provocative and interesting contemporary artists, Queen of art-pop Lady Gaga, and one of the most consistently edgy and inventive visual designers, LeRoy Bennett, team up, you know the result will be an impressive montage of creative stagecraft and technical magic.

The production on the „Joanne“ world tour hits all the right buttons as a vehicle for Gaga's intense multi-genre performance talents. As a dynamic environment of huge scenic pods and bridges, which move down, flip over and transform into projection screens, it evolves throughout the show, supported by dramatic and intricate lighting and video visuals.

With over 200 Robe lighting fixtures on the rig, supplied by Montreal-based worldwide lighting vendor Solotech, LeRoy had plenty of options to develop and apply excitement, energy and contrasts. He shares the tour's „creative director“ title with the artist, who promised that lighting was going to be a „big thing“ in her show. His brief included set, lighting and visual design, with custom video playback material produced by Madison Vine.

The elaborate stage set included many moving parts. Three flying bridges descended from the three 45 ft. long pods in the roof above the audience, creating a pathway below, flopping sideways and transforming into projection screens.

This was designed to allow Gaga to embark on a physical journey across the venue, stopping at two satellite stages and the B stage adjacent to FOH, and engage close-up with different sections of audience throughout the set. The journey ended on the B-Stage where she played a heart-shaped Plexiglass covered piano with dichroic film.





RENTAL

LeRoy's design included some very cool laser effects working with the piano. The idea of moving through the space rather than being restricted to one performance area had roots in the last tour, where she walked out through enrapt audiences via a series of Plexiglass runways. It was also fueled by her more recent Dive Bar tour of small venues, which brought her close-up and personal with fans. In the large stadiums and arenas, this was also one of the fundamental prerequisites. She wanted the feeling of close proximity with the crowd, so a key visual and psychological goal for LeRoy, was to juxtapose a substantial scenic element, and through it, enable her to communicate on this very intimate level.

When it came to lighting, LeRoy and his lighting director on the road, Harry Forster, had to be able to cover not just the „conventional“ stage area, but the entire room. They required something big, versatile and powerful, and chose 45 of Robe's BMFL Wash Beams to be the main workhorses of the lighting rig. Eight BMFL Wash Beams were positioned on a truss inside each of the three pods, which illuminated Gaga all the way to FOH. There were four more BMFL Wash Beams on the perimeter truss which also provided positions for the 28 high-powered Barco projectors beaming images onto the pods and the moving bridge screens.

Another eight BMFL Wash Beams were on the over-stage trusses, with nine on the floor below the upstage light wall.

These provided all the key lighting, all the arena washes and were also utilized for effects and big all-encompassing looks. The shutters are essential to direct the light and ensure it doesn't interfere with any of the projection, particularly onto the bridges. The over-stage BMFLs provided all the dancer and band keys, and the nine on the floor blasted through the back-wall (a mix of strobes, tilting LED battens and hybrid beam units) to give a potent deep wash from right at the back.

There was a total of 188 Pointes on the rig, with 52 per pod on two moving trusses. These produced all the big sumptuous show looks and the whole venue became alive and a totally interactive environment when these were fired up. They looked at several fixture options for the pods.

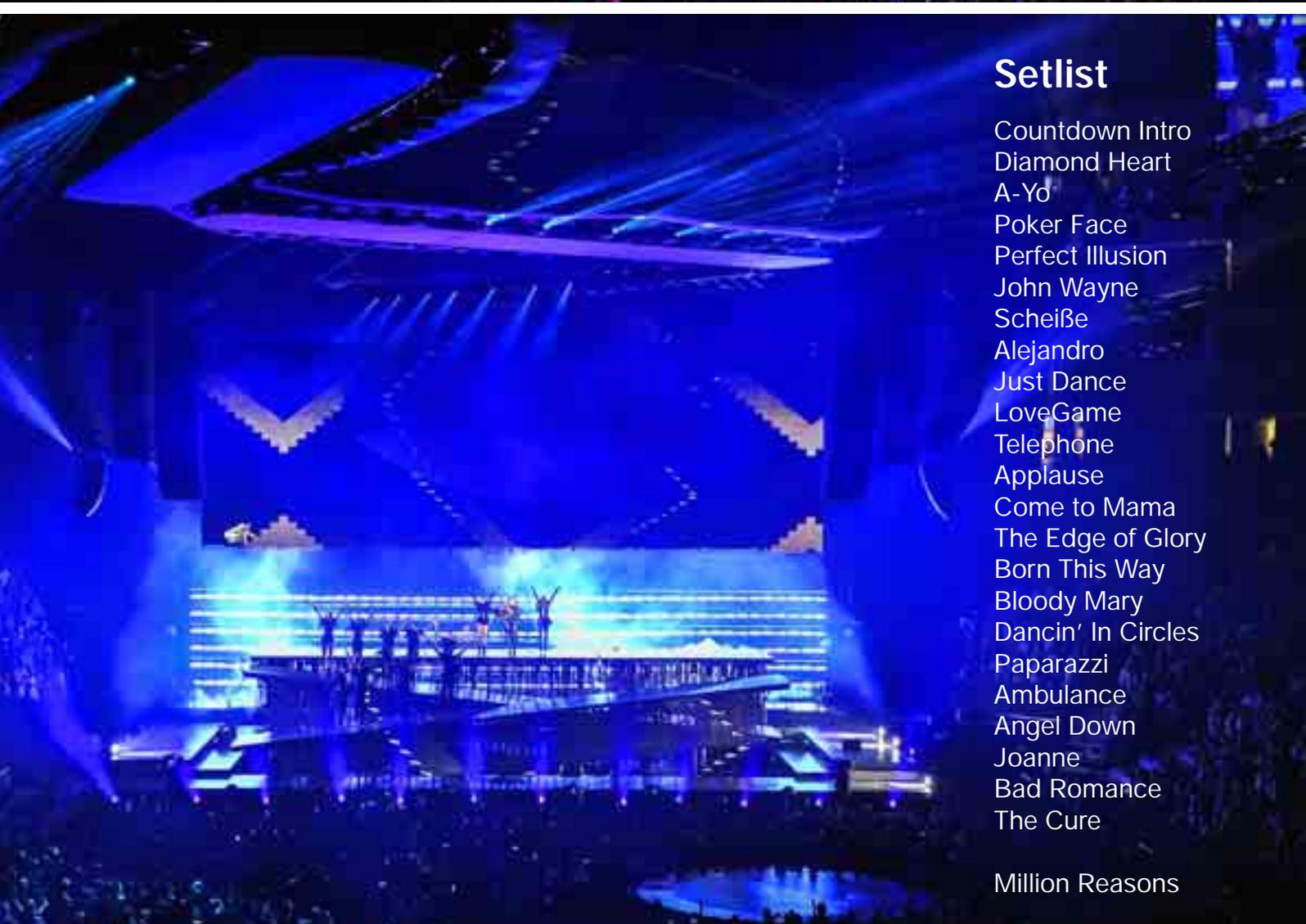
Something small and nifty that „packed a punch“ explained Harry, as well as a unit that integrated with all the mechanics, winches and other elements involved in the automation - the stage, set and movement was all custom constructed and coordinated by TAIT.

They decided Pointes ticked all the boxes and were a good solution. Another 16 Pointes were positioned beneath the two satellite stages, up-lighting through the clear tops. 90 Spikies were under the stage, three sections of which moved independently, with the upstage section further sub-divided into three parts. They were revealed, when the upstage section lifts-up, beaming through the 24mm pitch LED video panels covering the front of each elevated section - so the issues here were brightness, size and light weight - to fit into the space and not overload the hydraulic lifts.

The first seeds of the „Joanne“ design started germinating in LeRoy's head at the end of 2016, and due to Gaga's schedule, which included making a movie and planning her acclaimed Super Bowl halftime performance in February, he had to make several fundamental design decisions without too much input from her. Having worked on two previous Gaga tours, he enjoys an excellent rapport and creative flow with her, and has a great understanding of the language, metaphor and atmosphere she wants to convey live, so he was confident in taking on these tasks. „She is very much at the center of this show,“ he commented.

Lighting was programmed and run on a grand-ma 2 full size console, a process for which Harry worked closely with Jason Beari and Loren Barton from Lumentech programming the playback video elements. There was a lot of teamwork in terms of color and texturing between lighting and the ambient video content. They did some previzualization initially in Los Angeles, followed by two weeks of pre-production at Rock Litz, Pennsylvania, before moving to Vancouver, for two weeks of full production rehearsals ahead of the first gig at the Air Canada Centre.

The live video (camera mix) was directed by Robert Mcshane, the video contractor was also Solotech, audio was delivered by Eighth Day Sound and the tour's production manager was Hydro Mullin.



Setlist

Countdown Intro
Diamond Heart
A-Yo
Poker Face
Perfect Illusion
John Wayne
Scheiße
Alejandro
Just Dance
LoveGame
Telephone
Applause
Come to Mama
The Edge of Glory
Born This Way
Bloody Mary
Dancin' In Circles
Paparazzi
Ambulance
Angel Down
Joanne
Bad Romance
The Cure

Million Reasons



Setlist

The Whole Universe
Wants to Be Touched
Sunson
My Friend The Forest
Familiar
Human Range
All Melody
Hammers
Says

For
The Bank
Toilet Brushes – More

Experimentelle Welten

Nils Frahm ist Komponist, Produzent und Performer und hat bei Musikkennern jenseits des Mainstreams weltweit eine riesige Fangemeinde. Mitte Januar hat er im Funkhaus Berlin eine Tournee begonnen, die ihn zwei Jahre lang durch die Welt führen wird. Als FOH-Pult wird Nils Frahm ein Aurus Platinum des Berliner Herstellers Stage Tec mit auf die Reise nehmen.

Das Aurus Platinum hat 32 Fader und ist in ein Nexus-Netzwerk mit drei Basisgeräten eingebunden. Mit den vier DSP-Baugruppen RMDQ im Nexus Star-Router werden Konfigurationen mit 90 Eingangskanälen und 60 Bussen realisiert. Klavier- und Keyboard-Virtuose Nils Frahm macht elektronische Musik zwischen Techno und Klassik mit Synthesizern, Verstärkern, Mischpulten und Pianos. Für den Soundtrack zu dem Film „Victoria“ gewann er 2015 den deutschen Filmpreis für die beste Filmmusik.

„Bislang habe ich für meine Auftritte nur analoge Technik genutzt, nicht nur, weil sie Latenz vermeidet, sondern auch, weil ich überzeugt war, dass diese besser klingt als digitale Systeme. Dann habe ich den True Match-Mikrofonwandler von Stage Tec gehört und konnte kaum glauben, dass das ein digitaler Wandler ist. Die Latenz ist

praktisch nicht spürbar, und die Tonqualität gefällt mir außergewöhnlich gut, „ resümiert Frahm.

Kürzlich erschien das siebte Studioalbum „All Melody“, welches in Frahms Studio im Berliner Funkhaus entstanden ist.

In dem denkmalgeschützten Funkhaus in der Nalepastraße befand sich bis 1990 der Rundfunk der DDR. Die erhalten gebliebenen Musik-Aufnahmestudios und der große Sendesaal sind heute weltberühmt für ihre ausgezeichnete Akustik. Bekannte Orchester, große Musiklabels und berühmte Gruppen spielen hier inzwischen ihre Alben ein.

Nils Frahm gab im Funkhaus die ersten vier Konzerte seiner ausverkauften Tour, die ihn im Anschluss nach Belgien, den Niederlanden, Frankreich, Skandinavien, Großbritannien und in die USA, nach Kanada und Japan führen wird.

VISION**STAGE**

MAGICBLADE-FX



MAGICBLADE-FX CREATIVE SOLUTIONS

MAGICBLADE™FX is an advanced variant on the award winning MAGICBLADE™R luminaire. The versatile MAGICBLADE™FX features a state-of-the-art short-stroke zoom with a 15:1 ratio for a wide zoom range from 3.6° to 53°. The zoom has no visible moving parts and is fronted by a squared 65 mm fixed frontal lens – so it generates seven fat beams that zoom to increase the visual impact of light that appears and disappears when programming 3D effects (patent pending).

**AYRTON**

Digital Lighting

Exclusive Distributor for Germany, Austria, Poland
VISIONSTAGE GmbH. Phone: +49.5231.962100

WWW.VISIONSTAGE.COM

WWW.AYRTON.EU

No Filter

63 Robe BMFL Spots were workhorse moving lights on the recent Rolling Stones „No Filter“ European tour, part of a spectacular and epic lighting design created by Patrick Woodroffe. Patrick and associate designer Terry Cook of Woodroffe Bassett Design (WBD) worked closely with stage architects Stufish on developing the show’s overall aesthetic.

With many moving lights on the rig, they sought a high-powered fixture to occupy four „slots“ just below the tops of four imposing 23 meter high by 11 meter wide monolithic video towers which define the performance space.

„Patrick and I needed a multi-functional fixture and knew the positions would be hard to access and given the complexity of CDM rules and regulations and the requirement that crew be able to access the fixtures safely, a lot of thought went into the process,“ explained Terry. The lights were used to shoot into and illuminate the audience, to create classic huge aerial looks and to beam down onto the stage and band.

Patrick has worked with the Rolling Stones for an impressive 35 years and developed „an incredibly rewarding and fulfilling relationship with this extraordinary band“ in the process, so he enjoys a great rapport with them and a fluid understanding of the exact scale and style required for their touring shows to be a complete visual experience.

While video was always going to be a major part of „No Filter“, it was decided at the outset not to have one large surface, instead they went with four towers, giving a more interesting look and additional depth to the performance space, as well as being ideal as classy portrait IMAG scenes for featuring the four Rolling Stone band members.

Some of Patrick’s inspiration for the monolithic style of the video towers came from original artwork from Stanley Kubric’s seminal „2001: A Space Odyssey“ movie, and once the core creatives including the Stufish team led by Ray Winkler and video content producer Sam Pattinson of Treatment were locked into the concept of the clean stand-alone look, it was vital that there were no compromises.





Setlist

Sympathy for the Devil
It's Only Rock 'n' Roll
Tumbling Dice
Just Your Fool (*B. Johnson*)
Ride 'Em on Down (*J. Reed*)
Dancing With Mr. D
She's So Cold
You Can't Always Get
What You Want
Paint It Black
Honky Tonk Women
Happy (*Keith Richards, vocals*)
Slipping Away (*KR, vocals*)
Miss You
Midnight Rambler
Street Fighting Man
Start Me Up
Brown Sugar
Jumpin' Jack Flash
Gimme Shelter

(I Can't Get No) Satisfaction





All the usually visible stage machinery, steelwork, motors, winches, rigging and mechanics associated with a large-scale stadium rock 'n' roll show disappeared, a process requiring massive effort, thought and attention to detail. Patrick wanted that very crisp, distinctive „hard edged“ look for the lighting, and that was THE major consideration that Terry took away from the first design meetings. With audience lighting also being vital to the show, they knew early-on that they wanted a line of lights in high positions. „We decided to cut the primary audience lighting positions into the rectangular form of the screens so they become an integral part of the architectural composition,“ stated Patrick.

Terry and Jeremy Lloyd of Wonder Works, who project managed the tour's pre-production technical elements worked intensively on how to achieve the desired overall look of the stage and the slots in the video screens. Belgian entertainment engineering specialist Wlcreations was also involved in calculating, producing and fabricating some special elements and imaginative rigging to make this aspect of the design work as elegantly as Patrick had envisioned.

As the video crew build the screens out of LED frames filled with 12 mm Saco S12 LED, supplied by Solotech, on site, they created the slots about 2 meters below the top, and once the space was complete, lighting contractor Neg Earth's crew slid a lighting frame into the gaps which locked to the existing screen supports. Then the BMFL Spots were installed.

The fixtures were located via a locking bracket

and sat at 90 degrees to the stage. Front panels with 1-cell DWE Moles were then fitted to cover the base of the BMFLs, followed by the rain shields, then the rear rain hat. The positioning of these BMFLs was crucial because Patrick wanted to use them extensively throughout the show, and to be able to hit multiple positions onstage as well as out in the audience and produce an array of spectacular aerial looks. While getting the air look was relatively straightforward in any position, with the units hung in the standard position, it would not have been possible to hit the stage - they would have ended up hitting the screens instead.

It also would have left a large gap beneath the lights, which was not congruous with the clean look. The only option was to rig them at 90 degrees and slide the units forward to be able to hit the drum riser at 22 ft. from the front of the stage.

WBD also looked after the video integration on the tour. A d3 media server system (now called „disguise“) was specified for the playback content and to format IMAG feeds coming from camera director Nick Keiser to give them a bit of „extra love“ with effects and tints. Roland Greil from WBD, in the role of screens director and d3 programmer, looked after keeping the balance between all visual elements, which was key on a show like this. Terry Cook ran the overall project for WBD, Ethan Weber was lighting director/operator, with Roland Greil and Nick Keiser looking after the video elements. The tour was managed and coordinated on the road in Europe by production manager Dale „Opie“ Skjerseth.



BASIC Rackmodule

B2B Webshop

www.procase.de



Leicht und flexibel

Als Dach für das diesjährige „Summer Beach Arena“ Festival wählten die Veranstalter ein Alusfera 76 II-Dach von Litec für die Hauptbühne des Konzertevents. Summer Beach Arena ist eine alljährliche Konzertreihe im Hafen von Rimini/Italien, wobei sich die Mainstage direkt am Meeresstrand befindet.

Im Juli und August 2017 unterhielten italienische und internationale Live-Bands und DJs Strandbesucher vom Sonnenuntergang bis in die frühen Morgenstunden mit Musik und energiegeladenen Shows. Topact waren diesmal die Chemical Brothers. Das für die diesjährige Veranstaltung verwendete 21,5 m (B) x 13,4 m (T) x 10,3 m (H) Alusfera 76 II-Dach diente als eine eindrucksvolle Kulisse für die Auftritte, schützte die Künstler vor jedem Wetter und bestach mit zwei 12 Meter hohen Tovern für die PA.

Studio 2 aus Rimini, Litec-Partner seit den 80er Jahren, montierte das Dach und war auch für die Technik auf der Bühne zuständig. Das Unternehmen zählt in der Region zu den führenden Unternehmen für die Vermietung und Montage von Konstruktionen für Messen, Kongresse und Events. „Für Summer Beach Arena war das praktische und zugleich aufgrund der Größe beeindruckende Alusfera-Dach daher die klare Wahl,“ sagt Valerio Vitri, Senior Project Manager bei Studio 2 Rimini.

Das Alusfera 76 II ist ein Dach in der Form einer viertel Kugel und ist laut Hersteller in seiner Konstruktion auf dem Weltmarkt einzigartig. Es wur-

de nicht nur entwickelt, um vor Regen zu schützen, sondern auch um bei leichter Montage hohe Nutzlasten zu bieten. Es verfügt über Hauptbögen in der Front und einem nach hinten, bietet eine ausgeklügelte Befestigung der Hauptbögen am Boden und unterschiedliche Aufbau-Varianten. Die bei der Summer Beach Arena verwendete Variante hatte ein Eigengewicht von 3700 kg bei einer Nutzlast von 3600 kg und konnte Windgeschwindigkeiten von bis zu 10m/Sekunde (36 km/Stunde) widerstehen. Die gesamte Ballastmenge betrug lediglich 4600 kg.

Die wesentliche Traverse bei der Konstruktion des Dachs ist die Libera 76. Im Gegensatz zu üblichen rechteckigen Traversen ist die Libera flach und wurde als ein Konstruktionssystem mit modularen Elementen entworfen, wodurch eine abwechslungsreiche Gestaltung und Geometrie der fertigen Konstruktion ermöglicht wird. Die flache Ausführung der Libera-Traversen ist eines ihrer Hauptmerkmale, da sie für kleine Volumina bei Transport und Lagerung sorgt. Sie bietet universelle Stahlgabeln und 4-Wege-Verbindungen, die einen schneller, einfachen und sicheren Aufbau gewährleisten.



**„Ein gutes Konzept
bedarf lediglich
ein paar guter Worte,
es überrascht, bildet,
es unterhält und bringt
in aussagekräftigen Bildern
alle Botschaften
zum Ausdruck.
Der Zauber liegt
in der Einfachheit:
Sie ist die äußerste Form
der Raffinesse.“**

**Christian Schmachtenberg,
Professor of Experience Design, Hochschule Kaiserslautern**

Die 7 Kernfragen für erfolgreiche Events

Was ist am wichtigsten bei der Veranstaltungskonzeption eines Live-Events? Als Konzeptioner muss **Chris Cuhls** immer wieder dieselben Fragen stellen. Daher hat er mit Hilfe einiger Branchenexperten 7 Kernfragen der Veranstaltungskonzeption zusammengestellt.

1. Zielgruppe: Um wen geht es?

Geht es um externe Kunden, interne Mitarbeiter oder die Presse als Multiplikator? Geschlecht und Altersstruktur der Adressaten (da andere Wahrnehmung)? Was sind die Erwartungen und Sorgen der Zielgruppe, und wo steht sie (falls bei der Zielgruppe nur soziodemografische und keine psychografischen Daten kommuniziert werden)?

2. Kernbotschaft: Um was geht es?

Was will der Kunde vermitteln? Was soll der Zielgruppe nachhaltig im Kopf verankert werden? Worüber spricht man noch länger? Welche weiteren Nebenziele soll das Event ebenso vermitteln?

3. Pressebild: Was soll an wen kommuniziert werden?

Welches „große Bild“ geht an die Medien raus (sofern es um die Medien als Transporteur der Inhalte an ein größeres Publikum geht)? Wie bekomme ich die Markenbotschaften optimal für die Medienpartner in Szene gesetzt? Wie sind die Kommunikationskanäle definiert?

4. Budget: Um wie viel geht es?

Welches Budget ist angesetzt? Welche Wirkung erzielt das Konzept in Abhängigkeit des Budgets? Gibt es ein Pitchhonorar (sofern der Auftrag ausgeschrieben wird)?

5. Timing: Um das „Wann“ geht es, und wie viel Zeit bleibt bis dahin?

Wie viel Zeit haben wir für die Konzeption und Realisation? Was ist in dieser Zeit machbar und realistisch? Wann gibt es Schulterblicktermine mit dem Kunden?

6. Leistungsprofil: Um welchen Aufwand geht es?

Welche Leistungen sollen genau erbracht werden? Mit welchen Partnern extern bzw. beim Kunden muss ich mich abstimmen? Operativ aus Agentur-Sicht: Wie viele Agenturen nehmen

beim Pitch teil? Soll die Veranstaltung evaluiert werden? Zu welchem Grad wurde die Zielgruppe erreicht? Welchen Pressespiegel hat das Event generiert?

7. Einbettung/Zusammenhang: Wie sieht die Historie bzw. das Umfeld aus?

Wie sind Erwartungshaltung und Selbstverständnis des Kunden bzw. der Marke? Wie sieht die Dachidee aus (Ableitung aus Produkt, Marke, klassische Werbung, Kommunikation usw.)? Wie sehen die Aktivitäten in den anderen Kommunikationskanälen aus? Was ist die Historie der Veranstaltung – falls vorhanden? Was ist das besondere Merkmal der Veranstaltung?

Fazit: Der Job des Konzeptioners ist es, auf die Vorgaben im Briefing seitens des Kunden hin gute Fragen zu stellen, um genau heraus zu finden, was die Ziele des Kunden sind. Diese Ziele ermöglichen es dann auch, den Erfolg messbar zu machen.

Bei der Erstellung dieser kleinen Liste haben folgende Branchenkollegen offen und bereitwillig Auskunft gegeben:

Simon Schneider (Projektleiter, BBDO Live), **David Korte** (Director Strategy & Concept, Vok Dams Events), **Christopher Müller** (Teamleiter Live Communications, Faktor 3), **Lena Schlieper** (Senior-Projektleitung, Jung von Matt/Relations), **Alexa Küddelsmann** (Senior Consultant, Oliver Schrott Kommunikation), **Gunnar Romeyke** (Head of Event Production, Nowadays) sowie die freie Senior-Projektleiterin **Andrea Bergheim**.



Gibt es weitere Tipps aus der praktischen Erfahrung? Autor Chris Cuhls freut sich über Rückmeldungen an chris@ablaufregisseur.de oder redaktion@etnow.de.

The Internet of shit

Schräges Video von Semcon nimmt den IoT-Hype auf die Schippe

Wer hat nicht schon einmal das Gefühl gehabt, dass die Technik die Kontrolle übernimmt? Keine Angst: Er oder sie ist nicht allein. In einer Umfrage hat die Mehrheit der Befragten erklärt, dass Technik sie frustriert. Zugleich umgeben wir uns mit immer mehr komplexen Produkten. 30 Milliarden Geräte werden bis zum Jahr 2020 vernetzt sein. In seinem Musikvideo „The Internet of Shit-Lied“, nimmt das Technologieunternehmen Semcon den Hype um das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) auf die Schippe - und richtete sogar eine Hotline für Menschen ein, die ebenfalls von der Technik frustriert sind.

Nicht weniger als 60 Prozent der Befragten gab in einer von Inizio/Semcon durchgeführten Umfrage an, dass Technik sie frustriert. Die Technik ist auch der frustrierendste Moment in unserem Alltag, noch vor Verkehrsstaus und lauten Nachbarn. Fernseher und Streaming-Apps stehen auf der Liste nerviger vernetzter Produkte ganz oben. Die Hälfte der Befragten sagt, dass sie so frustriert gewesen seien, dass sie das betreffende Produkt nicht mehr verwendet oder zu einem anderen Produkt gewechselt hätten.

Um diese Technik-Frustration zu lindern, richtete Semcon im vergangenen Jahr eine Hotline ein, bei der jeder anrufen und mit den firmeneigenen Fachleuten für Benutzerfreundlichkeit sprechen – oder einfach nur Dampf ablassen kann über den Technik-Frust. Gleichzeitig kommt das etwas schräge Musikvideo „The Internet of Shit-Lied“ mit der Marionette Alex in der Hauptrolle heraus. Die Kampagne wurde mit einem ironischen Augenzwinkern präsentiert, weist aber auch darauf hin, dass viele Produkte, die sich smart nennen, scheinbar entwickelt wurden, ohne sich Gedanken über den Nutzen für den Anwender zu machen.

„Vernetzte Technologien bieten ein großartiges Potenzial, aber man muss die Dinge in der richtigen Reihenfolge angehen. Technik soll Endbe-



nutzern einen Mehrwert bieten, und nicht frustrieren. Leider wird derzeit unnötig viel Geld in die Entwicklung von Produkten investiert, die den tatsächlichen Bedürfnissen von Benutzern nicht gerecht werden“, sagt Markus Granlund, Vorstandsvorsitzender und CEO von Semcon.

Die Entwicklung des Internets der Dinge weist für die kommenden Jahre steil nach oben. In Vorhersagen für 2020 geht man von 30 Milliarden vernetzten Produkten und Investitionen in Höhe von 1,29 Billionen US-Dollar aus. Andererseits zeigen Untersuchungen von Unternehmen wie Accenture, dass viele Verbraucher dem Wert vernetzter Produkte skeptisch gegenüber stehen und sich fragen, wozu diese gut sein sollen.

„Wir können helfen, präziser zu werden, so dass smarte Produkte wirklich Mehrwert bieten und sowohl für Industriekunden als auch für Verbraucher im Alltag funktionieren“, sagt Granlund.

Ralph Larman

PERFORMANCE PHOTOGRAPHY

RALPH@LARMANN.COM

contributors

Regelmäßige Autoren und Kommentatoren



Ralph Larmann
Schreibt hervorragend, fotografiert wie kein Zweiter. Spielt auch Schlagzeug.

ralph@larmann.com
www.larmann.com



Hermann-Josef Weien
Hat die Branche von der Pike auf gelernt. Heute u.a. Experte in Sicherheitsfragen.

hju@projectpro.de
www.projectpro.de



Christian Raith
Versicherungen sind sein Thema. Dass er auch gern schreibt, hilft uns ungemein.

raith@erpam.com
www.erpam.com



Chris Cuhls
Hinterfragt die Abläufe rund um Veranstaltungen und hält sie für die Nachwelt fest.

chris@ablaufregisseur.de
www.ablaufregisseur.de

herausgeber

kwie.medien – Verlag W. Kwiecinski
Fichtestraße 18
30625 Hannover
Telefon: (05 11) 55 40 48
Fax: (05 11) 55 40 40
Mail: redaktion@etnow.de
www.etnow.de

chefredaktion

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

redaktion

Peter Blach
Guido Gutenstein (Pinkpaper/Jazzunique)
Hansi Hoffmann (Backstage)
Joachim König (EVVC)
Rafael Melson (AVIXA)
Prof. Jens Michow (BDV)
Carlos San Segundo (Zitate & Witze)

fotos

Terence Goodchild (Nils Frahm)
Gunther Hecker (Luminale/SGM)
Steve Jennings (Chance TR, Lady Gaga)
Andrea Raffani (Beach Area Festival)
Marc Seemann (Depche Mode Award)
Manfred H. Vogel (Rolling Stones)
Torsten Volkmer (Night Of The Proms)
Hywel N. Williams (James Arthur)

anzeigen

Claudia Kwiecinski
claudia@entertainment-technology.org

Die digitale Ausgabe des Entertainment Technology Now Magazins wird im direkten Mailversand an über 15.000 personalisierte Empfänger zugestellt

www.etnow.de

ALS MILES DAVIS NOCH LEBTE,
WOLLTE ER UNBEDINGT MAL NACH
TIROL, DENN DORT HEIßT DER DELAY-
EFFEKT AUF DEN BERGEN JA „ECHO“,
MIT STARKER BETONUNG AUF DEM
CH. DAS WOLLTE ER UNBEDINGT MAL
LIVE HÖREN. ALSO PACKT ER SEINE
TROMPETE AUF EINEM TIROLER BERG
AUS UND SPIELT EIN C. ZURÜCK
KOMMT ABER EIN C#. DENKT ER SICH,
DA STIMMT JA WAS NICHT, BLÄST
NOCH MAL REIN, BLÄST WIEDER EIN
C, ABER EIN C# KOMMT ZURÜCK.
DA NIMMT ER SEIN FERNGLAS UND
SCHAUT ZUM GIPFEL EINES GEGEN-
ÜBERLIEGENDEN BERGES HINÜBER
UND ENTDECKT NACH LÄNGEREM
SUCHEN EIN KREUZ...

ENTERTAINMENT TECHNOLOGY
NOW!

THANK YOU ALL

42 GmbH | Adam Hall | Ape Labs | ASC | Audio-Technica | Beckhoff | BEA
BRS | Cast RST | Chauvet | Cordial | Cup Concept | D+B | EMS | ETC
Event Integrator | Food Mafia | GLP | Hyperactive | ISE | Kling + Freitag
Kalms | Kölnton | Kultour | Lang AG | Laserworld | Lawo | Lightpower | LMP
LTT | Monacor | Musikmesse | Optogate | Partylöwe | Partyrent | Procace
Prolight+Sound | Riedel | Robe | Smoke Factory | Sommer Cable | Stage
Campus | Steinigke | STS Lighting | VDMV | Visionstage | Vomfeinsten Catering