satis&fy

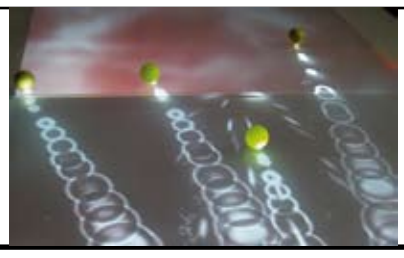
TRUE COLOURS

Ausgabe 03/2006
www.satis-fy.com





John Deere
Trekkerballett
in Warschau
S. 2



Motion Tracking
Mehr Klatsch & Tratsch per
Multitouch
S. 3



radialsystem V
Illuminierte
Kulturpumpe
S. 8

EDITORIAL



Vor einiger Zeit – wir waren gerade dabei, einen Messestand für Fidelity Investment aufzubauen – wurden wir von einem der Silberrücken unter den Messebauern gefragt: „Wie, satis&fy macht jetzt auch Messebau?"

Messebauer? Wer? Wir? Eigentlich nicht – aber uneigentlich? Messebau hatten wir bislang nur so nebenher gemacht. Heute würde ich sagen: Wir sind dazu gekommen wie die Jungfrau zum Mönch, wie der Eiger zur Nordwand.

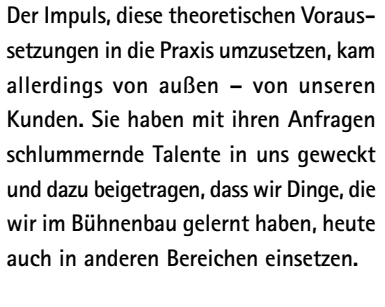
Manchmal sind es externe Anstöße, die einen weiter bringen. Bei satis&fy trifft dies mit Sicherheit auf das Messebau-Business zu. Natürlich war uns immer bewusst, dass für uns als Production Company der Schritt vom Bühnen- zum Standbau kein großer ist. Die Aufgabenstellungen ähneln sich, auch die Materialien und das Equipment. Und ergänzende Gewerke wie Dekoration, Schreinerei, Schlosserei, die sind für eine One-Stop-Solution wie satis&fy Pflicht. Der Impuls, diese theoretischen Voraussetzungen in die Praxis umzusetzen, kam allerdings von außen – von unseren Kunden. Sie haben mit ihren Anfragen schlummernde Talente in uns geweckt und dazu beigetragen, dass wir Dinge, die wir im Bühnenbau gelernt haben, heute auch in anderen Bereichen einsetzen.

Die Entwicklung des Geschäftsbereichs Messebau war keine strategische Entscheidung, sie war sozusagen ein natürlicher Prozess und verlief deshalb unspektakulär und beinahe unbemerkt. Erst seit zwei Jahren sprechen wir vom Messebau als einer der vielen Facetten von satis&fy.

Voll im Rampenlicht steht hingegen unser letztes Bilanzjahr, das am 30. September zu Ende ging: amtliche 25,6 Prozent Wachstum – zu dem natürlich auch der Messebau beigetragen hat – schlugen mit beachtlichen 25,2 Mio. Euro Umsatz zu Buche.

Danke, liebe satis&fyler, für den enormen Einsatz, und danke, liebe Kunden, für die tollen Aufträge.

Ihr



Nico Ubenauf

+++ TICKER +++ TICKER +++ TICKER +++ TICKER +++ TICKER +++

Lasst Blumen sprechen! Mit Hilfe der neuen satis&fy-Azubine mit dem duftenden Namen Florentin mit Sicherheit kein Problem. Florentin Schwella lernt in der Deko den Job der Gestalterin für Visuelles Marketing. **+++ Sonntagsfahrverbot in der Budapester Innenstadt. Schock für den satis&fy-Transport auf dem Weg zum LaRoche Salesmeeting in der ungarischen Hauptstadt. Projektleiter Andres Cabral: „Verdammt, wie komm ich nun zum Einsatzort?" Der weltgewandte Andres wusste Rat und regte das Improvisationstalent der Budapester Polizisten mit etwas „Paprikapulver" in Scheinen an. Folge: Fahrverbot extra für satis&fy aufgehoben. Puszta!** +++ Vorzeitiges Ausscheiden der satis&fy-Equipe bei der satis&fy-Fußball-WM. Schon im Vorfeld hatten alle auf eine Vollpleite getippt. Die Moral scheint schuld. Habt ihr es noch nicht begriffen? Wir sind satis&fy! Glück für die satis&fy-Elf: Vorrunde, Achtel-, Viertel-, Halbfinale und Finale wurden in einem Spiel ausgetragen. Damit reichte es für satis&fy doch noch zum Vizetitel. Nur zwei Mannschaften waren angetreten. Weltmeister wurden die Spekulanten des Teams der Deutschen Börse Frankfurt. **+++ NIKE-WOMEN Meeting in Paris: „Ein relaxter Job", meinte Marc Spangenberg. Nicht wegen der Mode-repräsentierenden Cardiogymnastinnen und Jogabody-girls, sondern weil der Auftraggeber lockere Designeratmosphäre forderte: „Wir wollen die Kabel sehen!" Klarer Fall von bekennender Technik! Fachmann Marc musste diesmal keines der Kabel mühsam verstecken.** +++ Absolutes Fotohandyverbot an der Bosch Teststrecke im badischen Boxberg. „Da fuhren sogar die Erlkönige von Porsche & Co. durchs Gelände," so Franz Schäfers, satis&fy-Projektleiter der Bosch Power Tools Fachhändlertagung. In Kooperation mit der Agentur ARENA living Events haben Franz und seine Crew alles organisiert vom VIP-Zelt bis zur Seifenkiste. Mit der durften die Händler und auch der Franz mal Testrennen fahren. **+++ Essen auf Rädern für DaimlerChrysler-Chefs beim Pariser Autosalon. Die Veranstalter hatten nämlich vergessen, dass die vornehmen Herren feine Speisen und Getränke gewohnt sind. Kurz entschlossen fragten sie Dominik Piorr und Sven-Michael Reichle, ob sie nicht eben mal als Caterer einspringen könnten. Eigentlich waren die satis&fy-Jungs für die technische Betreuung des Messestandes beauftragt. Trotzdem zauderten sie nicht lang, wie es sich für forsche satis&fyler gehört, deckten sich im Edelsupermarkt ein und zauberten exklusive Schnittchen. Voila! Den DaimlerChryslers hat´s geschmeckt! Das Gourmet-Talent der Jungs ist entdeckt! Die beiden catern jetzt im Zweitjob die satis&fy-Belegschaft.** +++ Kerstin is back! Für einen Tag die Woche veredelt Kerstin Gentemann nun wieder die Buchhaltung. Den Rest der Zeit schenkt sie vornehmlich ihrem Söhnchen Marlon. *mf*



Foto: Steffen Thormann

John Deere in Warschau

Von Demi-plié bis Pas-de-deux: beim John Deere Event ging alles!

Wenn Trekker Ballett tanzen wollen, dann brauchen sie Platz. Den hatten die Planer vom s&f-Event-Team für die John Deere-Präsentation in Warschau vom 25. August bis 24. September.

Eine riesige Messehalle war Aktionsforum für die tonnenschweren PS-Monster der Marke John Deere auf ihren nicht gerade zierlichen Pneus, die normalerweise nicht fürs Parkett, sondern für die schlammige Ackerfurche konzipiert sind. Um die schier unglaubliche Beweglichkeit der Maschinen entsprechend zu würdigen, setzte der Lichtdesigner des US-Auftraggebers auf eine ausgefeilte Lightshow. Projektleiter Andy Abel und sein technischer Leiter Thomas Bergmann wählten deshalb 120 Moving Lights aus. Problem: das Hallendach war für eine so schwergewichtige Installation nicht ausgelegt. Eine Spezialkonstruktion und eine extra für den Event gefertigte faltbare Traverse stemmten deshalb die 36 Meter breite Spannweite über die Bühne. Weitere Herausforderung: Die Veranstaltung wurde insgesamt sechs Mal wiederholt, weil alle vier Tage neue Traktorhändler aus ganz Europa anreisten. Eine parallel zur laufenden Videoübertragung synchronisierte Übersetzung via Infrarotkopfhörer übersetzte das Programm simultan in die jeweiligen Sprachen. Auch der Truckingsupport hatte seinen Spaß. Allein für die „Balletthalle" wurden vier Sattelschlepper Material nach Warschau transportiert. In der Nachbarhalle komplettierten die Ascheberger Kollegen den Event. Sie verbauten weitere drei Trailer Baustoff für die John Deere Infostände. Fazit: Abgeliefert wurde ein Rund-um-Sorglos-Paket, so sorglos, dass sich sogar die Sorgenfalten der Hallenbetreiber der Messehalle glätteten. Sie hatten anfangs erhebliche Bedenken, dass die Decke hält. Eine Vermessung der Decke ergab eine „Durchbiegung" von einem mm. Fazit: alles richtig gerechnet. Zuletzt waren sie so happy, dass sie vorschlugen, die Kooperation mit satis&fy weiter auszubauen. Harmonisch war auch die Stimmung im gesamten Team. 40 Leute waren im Einsatz. Das Stammteam, das die ganze Zeit über in Warschau blieb, bestand aus 13 Leuten. Zwei polnischstämmige Mitarbeiter aus der Dekoabteilung waren auch dabei. Sie übersetzten bei Bedarf, zum Beispiel beim Bierchen Bestellen im Warschauer Stammlokal. *mf*



Foto: Roger Ruhlin

Wenn Trekker Ballett tanzen, wird es dem John-Deere-Händler warm ums Herz.

E viva el KIA

2800 KIA-Händler feiern in Barcelona die Präsentation der neuen Modelle



Foto: Hagen Friedrich

KIA Pan-European Dealer Meeting – klingt groß, war groß: 7000 m² des CCIB in Barcelona – mit dem satis&fy eine super funktionierende Coopéracion vereinbart hat – sowie das 3000 Gäste fassende Auditorium des Centre Convencions Internacional Barcelona (CCIB) galt es zu beackern – mit Licht, Ton, Video, Bühne und Deko.

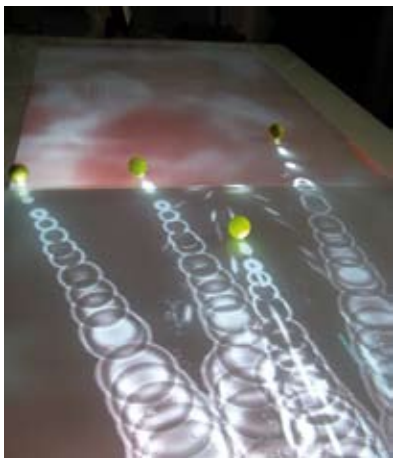
Nachdem satis&fy mit der JOKE Event AG, Bremen/Frankfurt, einem langjährigen Eventpartner von KIA, und der brainwave GmbH aus Stuttgart kräftig gepitcht hatte, kam Ende Juni der Zuschlag. Termin: 8. September. Also nix „mañana", sondern „vamos"! Erste Meldungen des Voraustrupps waren ernüchternd: Ansprechpartner vor Ort sind zur Mittagszeit mit „Siesta" ausgelastet, und auch ansonsten ist Spanien unterbesetzt, weil in Urlaub. Dazu parallel ein pompöser Kardiologenkongress, der Kapazitäten in Form von Eventtechnikern und Hotelzimmern blockierte. Die satis&fy Taskforce rückte mit 50 Personen an, davon 40 aus Alemania, und nahm mehrere über die Stadt verteilte Apartments in Beschlag. Und dann „pronto" ans Werk: Anbringung von durchsichtigen, rollbaren Gaze-Leinwänden, die sowohl die Projektion als auch die Schauspieler dahinter sichtbar machten, Verhängung tausender Quadratmeter Hallenwand, um der Dinner-Location Atmosphäre zu geben, Bereitstellung von funkgesteuerten Plattformen, mit denen die Autos auf die Bühnen gefahren wurden. Dazu brachte das Team insgesamt 12 Projektionen an den Start und hatte noch eine geile Lasershow in petto. Die wurde aber gestrichen, weil man befürchtete, die schönen neuen Modelle könnten dann im Dunkeln stehen.

Der Himmel über Barcelona soll die ganze Zeit blau gewesen sein; den satis&fylern genügte die Hallendecke. Gut so, denn am Ende gab es viel satis&facción. *wk*

Motion Tracking

Mehr Klatsch & Tratsch per Multitouch

„Mach´ mir mal so ´ne Trackbar, Markus!" satis&fy-Projektleiter Tobias Holler war von Markus Bergers im satis&fy-Intranet vorgestellter Installation aus Licht, Bewegung und Design absolut begeistert.



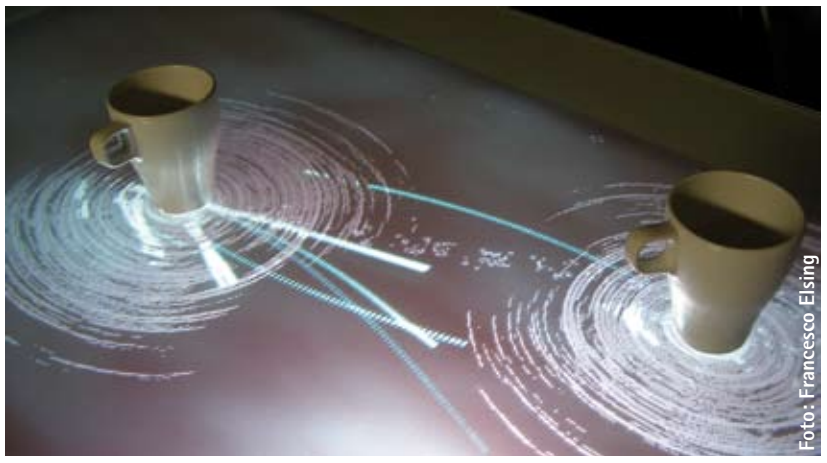


Foto: Francesco Elsing

Die Trackbar mit ihren wandernden Luftbläschen und Lichtschlangen hebt das Gesprächsniveau

So sehr, dass er sie unbedingt während der Jubiläumsfeier des METRO-Konzerns im praktischen Einsatz testen wollte. Der Auftraggeber für diesen Event, ProService special events partnership GmbH aus Düsseldorf, sah das nicht anders und hat das Teil glatt ins Konzept integriert. Videosupporter Markus: „Die Idee ist mir bei Recherchen im Internet über den Weg gelaufen. Ich hab sie dann im Haus kommuniziert und, als sie für gut befunden wurde, umgesetzt."

Die Vision: Die tote Oberfläche eines Tisches, in diesem Fall eines Bartresens, zum Leben erwecken und zum Kommunikationsmittel umzugestalten. Aber wie? Weil Menschen an der Bar oft nur ins Glas starren, sollen wenigstens die Gläser miteinander kommunizieren. Funktioniert optisch ganz einfach! Stellt der Barbesucher ein Glas auf den Tresen, wandern Luftbläschen, Lichtschlangen und kleine „Spermien" (O-Ton Markus) von Glas zu Glas. Um das Glas herum bilden sich konzentrische Kreise und schwappen bis zum Glas des Nachbarn. Die Spermien klopfen an, die Würmer suchen Anschluss. Die Kreise berühren, überlagern, vereinigen sich. Spätestens jetzt wandert der Blick des Bargastes von seinem Glas zu dem des Nachbarn – ein Gespräch beginnt! Selbstverständlich taucht aus den Tiefen des virtuellen Gewässers ab und zu auch das Logo des Veranstalters auf, der die Trackbar für seinen Event mietet. Damit aber ist der Sinn und Zweck des Geräts vollauf erfüllt. Schwieriger nachvollziehbar ist allerdings, wie das alles überhaupt funktioniert. Schließlich handelt es sich um ganz normale, nicht präparierte Gläser. Die Glasplatte sieht aus wie jede andere Milchglasplatte auch. Sensoren, Kabel oder andere „Technikhilfsmittel" sind nicht zu erkennen. Des Rätsels technische Lösung: Die Glasscheibe, unter welcher sich die gesamte Technik verbirgt und auf welcher die konzentrischen Wasserkreise entstehen, ist mit einer speziellen Folie beklebt. Darunter sind Videoprojektoren, Kameras mit Infrarotfilter und Infrarotscheinwerfer installiert. Die Kameras registrieren im infraroten Licht Bewegungen und Berührungen auf der Glasplatte. Diese Kamerabilder werden per Software ausgewertet und in Animationen umgesetzt. Die werden dann von unten auf die Glasscheibe projiziert. Programmiert wurde die vertrackte Illusionsmaschine in der Multimedia-Entwicklungsumgebung vvvv (http://vvvv.org) in Zusammenarbeit mit meso digital media systems design aus Frankfurt. Premiere hatte die Trackbar dann während des METRO-Events. Die Gäste haben diese Form der interaktiven Unterhaltung amüsiert genutzt. Das ein oder andere Spermchen hatte voll ins Schwarze getroffen. Nach der Veranstaltung wurde die Bar im Hause satis&fy installiert. So kann sich ab sofort jeder Projektleiter oder Kunde vom Potential dieser„Motion Tracking Installation" überzeugen und neue Einsatzmöglichkeiten ersinnen. Mitarbeiter, die sonst weniger kommunikativ sind, können ganz unverfänglich per Multitouch-Funktion Lichtwürmer, Wasserkreise und Spermatozoone aussenden – in der Hoffnung, dass die visuelle Botschaft fruchtet und viele weitere Motion Tracking-Konzepte geboren werden. *mf*

ERSTE HILFE

Das satis&fy-Kultursponsoring unterstützt aktuell folgende Projekte:

FILM AB:
Zum zweiten Mal fand das Internationale Filmfestival Frankfurt (IFFF) statt. An elf Tagen wurden 130 Produktionen aus mehr als 30 Ländern präsentiert. satis&fy ließ die Fassade des Cinestar Metropolis in leuchtenden Farben anstrahlen und stattete die Musiklounge mit Licht- und Tontechnik aus. Auf der Bühne sorgten Live-Auftritte von Bands, Sängern und DJs für ein außergewöhnliches Kinoambiente.

VORHANG AUF:
„Sumsemann hieß der dicke Maikäfer, der im Frühling auf einer Kastanie im Garten von Peterchens Eltern hauste, nicht weit von der großen Wiese mit den vielen Sternblumen." Damit beginnt „Peterchens Mondfahrt" von Gerdt von Bassewitz. on stage – bühne&kunst und die Theatergruppe Assenheim e.V. brachten dieses Stück Ende November auf die Bühne. Spiel und Gesang waren traumhaft, Kulisse und Kostüme phantastisch und die Zuschauer ganz und gar in den Bann gezogen. Auch satis&fy trug dazu bei, dass selbst Herr Sumsemann seine wahre Freude an der Premiere gehabt hätte, und zwar mit der passenden Beleuchtung.

PRÊT-À-PORTER:
300 Gäste waren in Neu-Isenburg im Becahimi-Club Zeugen der Fashion Show: Herbstnacht – Høst Nat. Die Schüler der Veranstaltungsklasse BS11A11 der Stauffenbergschule Frankfurt führten durch den Abend, den sie in Eigenregie konzeptioniert, geplant und organisiert hatten. satis&fy unterstützte die angehenden Veranstaltungsprofis mit der notwendigen Lichttechnik, sodass die Modells auf dem Laufsteg richtig glänzten. Den Erlös des Abends ließen die Schüler einem guten Zweck zukommen.

KOMMUNISTISCHES MANIFEST 2006:
„Proletarier aller Länder vereinigt euch", fordern Marx und Engels 1847 zum Abschluss ihres Kommunistischen Manifests. Wie das Theaterstück „Das Kommunistische Manifest" der Studenten des Instituts für Angewandte Theaterwissenschaften in Gießen endet, wird nicht verraten. Nur soviel: Eine zentrale Rolle spielt die Auseinandersetzung mit den neuen Medien. Die Studenten haben mit dem Einsatz von Video- und Lichttechnik eine besondere Darstellungsform gewählt. Das technische Equipment stellte satis&fy bereit und half dadurch, den hohen Anspruch der Theaterwissenschaftler an die Bühne praktisch umzusetzen. *rt*

RICHTIGSTELLUNG

Peinlich, peinlich, und das uns ....

Da ist uns doch tatsächlich ein dummes Ding passiert. Unsere Berichterstattung über die Skoda Präsentation auf dem Traumschiff (TRUE COLOURS Ausgabe 2/2006) konnte durchaus den Eindruck erwecken, wir von satis&fy hätten bei dieser Veranstaltung das Ruder in der Hand gehabt. Unsere Autoren waren so begeistert von der Idee und dem Erfolg des Events, dass sie glatt vergaßen zu erwähnen, dass die Agentur PA Marketing Service GmbH aus Wiesbaden das Kommando hatte. Und zwar bei allem: von der Konzeption bis zur Realisation. Wie stets in gewohnt souveräner Manier, die nicht nur Erwähnung, sondern großes Lob verdient.

Wir bitten um Entschuldigung für das Missverständnis, das war keine Absicht. satis&fy fungiert als Subunternehmen von Eventagenturen und anderen Auftraggebern. Das tun wir gerne und mit großer Freude, und das wird auch so bleiben.

Der Autor des Beitrags wurde übrigens ganz spontan von satis&fy Chef Kai Weiberg Kiel geholt. Das war das Mindeste, was wir tun konnten.
wk

Pump up the volume!

Von Ergebnissen, Erwartungen und Ehrentagen

Steigende Rohölpreise, wachsende Rentenbeiträge – das können wir toppen, sagte sich satis&fy. Und legte im soeben abgelaufenen Geschäftsjahr beim Umsatz 25 Prozent zu. Wo man doch bescheiden mit zehn Prozent kalkuliert hatte. War das eine Freude! Und wohin mit dem vielen Geld? Ganze 3 Millionen Euro flossen als Reinvestition in Wartung, Optimierung und Austausch von Equipment sowie in jede Menge Upgrades und Updates! Wenn das kein Qualitätsmanagement zur Qualitätssicherung ist ...



Foto: satis&fy

So wird's mal in Karben aussehen, wenn der Neubau steht

Aber stressig ist es natürlich auch gewesen, das Geschäftsjahr 2005/2006. Denn bei einem Dienstleister wie satis&fy liegen Umsatz und Einsatz nah beieinander. Die Konsequenz: jede Menge neue Mitarbeiter und neues Equipment. Die Konsequenz: akuter Platzmangel. Die Konsequenz: große Neu- und Ausbaupläne.

In Karben ist man damit schon recht weit. Doch zunächst mussten diverse Ämter und Behörden ein- bzw. umgestimmt werden – schließlich gehört die Dögelmühle zum naturgeschützten Niddabogen. Aber nun liegt das Plazet für den Neubau von 1800 m² Büro- und 2400 m² Lagerfläche vor. Oberstes Ziel von satis&fy: den Ball – sprich die Gebäude – flach halten, alles harmonisch in die Landschaft ein- und an die alte Bausubstanz anpassen, mehr Wert aufs Innere als aufs Äußere legen. Tut uns leid, Sir Norman und Mister Gehry!

Firmenintern hat das Gerangel um die Filetstücke der geplanten Immobilien bereits begonnen – Stichwort Workshop zur Bedarfsermittlung, Mitarbeiter-Wunschliste etc. Trotzdem ist alles ungleich einfacher als damals, als wir das 30.000 m² große Grundstück in Beschlag nahmen: Anstatt mit Kind und Kegel in vorhandene Gebäude einziehen zu müssen, können wir nun den Neubau unserem Bedarf anpassen.

Ähnlich ambitionierte Visionen hegt man in Ascheberg, wo die Rock'n Roll Taskforce von satis&fy vor einer ähnlichen Situation steht – alles platzt aus den Nähten. Sobald sich hier die Pläne konkretisieren, werden wir darüber berichten. Apropos Ascheberg – der musikbegeisterte Wanderzirkus von satis&fy feiert Jubiläum! Mit dem Schwerpunkt auf „Live-Entertainment und Touring-Support" ging das Unternehmen „Überleben im Münsterland" vor fünf Jahren an den Start. Von anfänglich fünf ist die Zahl der Firmenangehörigen auf nunmehr 40 angewachsen. Wir sind sozusagen Motor der Region. Ebenso wurde die Lagerfläche von zunächst 300 m² kontinuierlich vergrößert. Inzwischen wird auf 2400 m² eine umfangreiche Kollektion von allerfeinstem Veranstaltungs-Equipment zwischengelagert. Wir gratulieren und sagen: Weiter so, Ascheberg! *wk*

Die satis&fy Messe-Message



Alles andere als eine Schuhschachtel: der Nike-Messestand

Veranstaltungsbühnen und Messestände sind gewiss keine eineiigen Zwillinge. Aber sie sind, zumindest was ihre Konstruktion und die verwendeten Materialien angeht, eng miteinander verwandt. In den Anforderungen an die Ausführung unterscheiden sie sich erheblich. Während die Bühne Darbietungen in Szene setzt, soll der Messestand vor allem die Philosophie des Auftraggebers vermitteln und dem Besucher als solche im Gedächtnis bleiben. satis&fy hat den Messebau als neues, weiteres Betätigungsfeld entdeckt; und wir sind dabei, uns intensiv in die Thematik einzuarbeiten, wie die folgenden Beispiele zeigen.

DER NIKE-TEMPEL

2004 wehte der Olympische Geist bis nach Karben-Dögelmühle.

Sportliche Herausforderung: Errichtung der most gigantic Sports-Lounge ever seen. Motto: „Speed". Sechs Jahre lange hat die satis&fy-Mannschaft dafür trainiert, dann ging´s endlich los.

1. Disziplin: Transport der gesamten Ausstattung von Karben quer über die Balkansteppe nach Athen. Starter: elf bis in die Radkappen gedopte Sattelschlepper. Die LKWs kamen in Rekordzeit in Athen an. Vorschlag: Ausgestattet mit den neuesten Nike Speed Overalls (siehe Foto) wären die Fahrer eventuell noch einen Tick schneller gewesen. 2. Disziplin: Umgestaltung des 250000 qm Campus des Athener College in einen olympischen Nike Tempel. Um der griechischen Siegesgöttin nicht zu zürnen, galten nur allerhöchste Ansprüche. Der Fußboden des Tempelinneren wurde komplett mit Nussbaumparkett ausgelegt. Weitere Materialien vom Feinsten: Marmor, gebürstete Aluminiumrohre, Acrylpanel-Wände. 3. Disziplin: Ausbau des Areals als Hochsicherheitstrakt: Errichtung eines Securityzeltes, durch welches jeder Gast bzw. Aktiver geschleust wurde. Gepäckkontrollsysteme verhinderten erfolgreich eventuell geplante Anschläge auf das Allerheiligste. Während der Spiele sicherte zusätzlich ein 1,6 km langer Zaun aus „Nato-Draht" das Gelände. 4. Disziplin: Aufteilung des Messebereichs in verschiedene Funktionsbereiche für Catering, Entertainment und Conferencing. Große Transparente, die siegreiche, sprintende, springende, in Nike-Speedoveralls gewandete Sportler zeigten, wurden zu Wänden, gebürstete Aluminiumrohre zu Säulen. Aus demselben Material, inmitten der 1500 qm großen Mehrzweckhalle errichtet, waren zwei 10 x 5 x 4 m große Pavillons, gedacht als Konferenz- und Aufenthaltsräume für VIPs. 5. Disziplin: Umgestaltung der an die Halle angrenzenden Räume zu Büros für die maßgeblichen Persönlichkeiten rund um Projektleitung, Sportmarketing und PR (300 qm). 6. Disziplin: Aufbau eines hochleistungsfähigen IT-Netzwerkes, um die interne Kommunikation, die Pressekonferenzen sowie die Highspeed-Info-Bedürfnisse der gierigen Journalistenschar zu befriedigen. 7. Disziplin: Bau eines Hochaltars zur Zurschaustellung der während der Wettkämpfe durch Nike protegierten und somit siegreich hervorgetretenen Athleten. 8. Disziplin: Umgestaltung des College-Schwimmbads zu einem Fithaltebecken für die Regeneration der Nike-Overall-Speed-Sportler. Für die Beleuchtung des Areals und der Darsteller strahlte eine Theaterlichtanlage mit einer Gesamtleistung von 200 kW. 9. Disziplin: Flächendeckende Installation von Flachbildschirmen innerhalb der gesamten Lounge. So konnten alle Gäste der Lounge live bei sämtlichen Overall-Speed-Erfolgen dabei sein. 10. Disziplin: Aufbau einer Notstromversorgung mit einer Leistung von 700 kVA. Integration von 800 kW-Klimaanlagen, die an den Athener Sommer angepasst wurden. Einfach um unnötige Transpiration zu vermeiden.

Kleine Annehmlichkeit für alle Beteiligten: Die längeren Wege im Campus konnten zur Vermeidung unnötiger Energieleistungen mit 12 frei verfügbaren Golf Caddys zurückgelegt werden. Um diesen Olympia-reifen Zehnkampf durchzustehen, residierte das satis&fy-Team und die gesamte eingejettete Aufbau-Crew in 26 Seminarräumen, die in komplett ausgestattete und klimatisierte Schlafräume umgestaltet worden waren. Angesichts dieser geschlossenen und großartigen Leistung verleihen wir hiermit der gesamten unter Leitung von satis&fy-Teamchef Dirk Vennemann in Athen gestarteten Mannschaft die goldene satis&fy-Medaille für den überlegenen Sieg in der Teamwertung. Die Hoffnung ist groß, dass die Crew, wie seit vielen Jahren schon, weiterhin auf die Gnade von Nike, der Göttin der Turnschuhe, zählen kann. In Athen winkte sie zum Abschied jedenfalls zufrieden von der Akropolis herab. In Peking 2008 will satis&fy den Titel natürlich erfolgreich verteidigen.

DIE TRIUMPH-MASCHINE

Manchmal fragt man sich doch wirklich, wie satis&fy an so hippe Aufträge kommt. Neuestes Beispiel: Die legendäre britische Motorradmarke Triumph. Banausen unter uns wird die Firma kein Begriff sein. Kenner aber wissen, dass die fetten Teile Sinnbild sind für Freiheit, Anarchie, Unbesiegbarkeit.

Steve McQueen coolte in *Gesprengte Ketten* mit einer Trophy TR6 in die Freiheit, Marlon Brando blubberte – ohne Helm versteht sich – als *The Wild One* auf einer Thunderbird in die Herzen aller 50er-Jahre-Mädels. Bis Anfang der 90er Jahre waren die Triumphteile jedoch in der Versenkung verschwunden. Billigkonkurrenz aus Fernost hatte die britischen Zweiräder vom Markt gefegt. Mit der Retrowelle rollten die Edelgeräte dann aber in die Blockbuster zurück. Eine Speed Triple machte Tom Cruise in *Mission Impossible* unbezwingbar, Carrie Ann Moss alias Trinity flog in *Matrix* ebenfalls mit einer Speed Triple den charakterlosen Sentinels davon. Sehr bald sah man die Triumphs auch wieder auf deutschen Boulevards, wo ihre stolzen Besitzer auf verkehrsberuhigten Cafémeilen zum Schaulaufen tuckern. Damit aber war satis&fy schon fast im Rennen um den hippsten Messe-Triumph-Event.

Denn nun mal ehrlich: Selten hat das eine coole Image besser zum anderen coolen Image gepasst wie in diesem Fall. Trotzdem lief im Vorfeld des Jobs die klassische Variante von Auftragsvergabe ab. Die Anfrage für einen Auftrag kommt bei satis&fy im Allgemeinen über Internet oder Telefon herein. In diesem Fall waren es persönliche Beziehungen. Ralf Middendorf, Geschäftsführer der Agentur Titus Communication in Münster, hat schon öfter mit s&f zusammen gearbeitet. Er rief an und fragte, ob die Ascheberger satis&fyler an einer Triumph-Kampagne interessiert seien. Die Anfrage landete wie immer erst einmal beim Abteilungsleiter. Der prüfte routiniert den Inhalt. Dann krallte er sich den für die Umsetzung geeigneten Projektleiter. In diesem Fall war das Jörn Busch. Der Projektleiter wiederum stellte nach entsprechender Recherche die Fachplanung und das erforderliche Team aus Designern, Supportlern und Helfern zusammen. Wichtig dabei: Der Abteilungsleiter muss checken, dass die Chemie zwischen Auftraggeber und Projektleitung stimmt. „Schließlich deckt s&f ein breites Eventspektrum ab, vom Rockevent bis zur edelsten Automobilistenlounge", so Jörn



The floor is not enough – Platz da für die Triumph Roadscratcher!

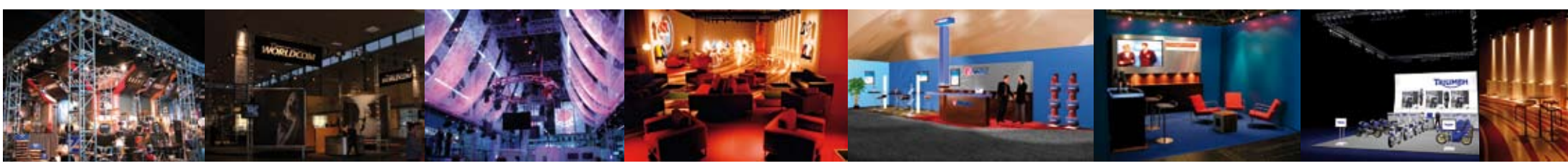




Foto: Swarovski

Schlichte Ästhetik setzt Filigranes in Szene – Swarovski in Paris



Foto: Oliver Birkner

Sieben auf einen Streich: Meeting-Point der DZ BANK Firmengruppe

Busch. Er weiß, jeder Projektleiter hat seinen eigenen Stil. Jörn beispielsweise hält es für wichtig, den Designer schon zu den ersten Vorbesprechungen mit dem Kunden mit zunehmen, „einfach um schon ein Gefühl für das Projekt zu bekommen." Und so war das dann auch bei Triumph und Titus Communication.

Ziemlich schnell war dann klar, was Middendorf, als x-facher Skateboardmeister übrigens selbst fast ein Fall für Legendenbildung, wollte: Dem edlen Image der Motorradmarke einen jugendlichen Touch verleihen. Designer Sascha Hinz aus dem Kreativsupport Ascheberg, Middendorf und Triumph haben dann den jugendlichen Messeauftritt der ältesten Motorradmarke der Welt entworfen. Sie ließen die legendären Triumph-Bikes einfach mal senkrecht eine Wand hoch rollen, die einer Halfpipe nicht unähnlichen war. Per Spezialanfertigung wurden ein paar schwere Zweiräder an die Wand geschraubt und so ins rechte Licht gesetzt.

DER SWAROVSKI-SKANDAL

Was ist eigentlich ein Eclat de Mode? Das muss man doch wissen, wenn der Kunde einen auf eine Messe schickt, die genau so heißt. Unter dem Wort Eklat verstehen wir Deutschen einen handfesten Skandal, einen heftigen Krach. Die französischen Veranstalter der Modemesse jedoch erwarteten von den Ausstellern wohl im positiven Sinne waschechte Sensationen. Die Kreativagentur Gregor Aigner wollte für ihren Auftraggeber, den höchste Eleganz gewohnten Schmuck- und Kristallhersteller Swarovski, was Besonderes für seinen Auftritt in Paris. Klar schwierig. Wo doch schon Swarovski an sich was Besonderes ist. Vorgabe war, für die Präsentation des Swarovski-eigenen Designer-Hochglanz-Magazins *Crystallized* eine Art Messesuite zu bauen. Das haben die satis&fy-Dekorateure dann auch getan. Und das muss man an dieser Stelle nun halt einfach mal so sagen: Das Ergebnis war ein Eclat de Mode pur! Dabei war der unter den fachmännischen Augen eines Swarovski-Vertreters erfolgte Probeaufbau in der Karbener Dekohalle im Vorfeld noch eher eklatfrei verlaufen. Als jedoch die Swarovski-Leute zum Messestand in Paris kamen, verschlug es ihnen dann doch die Sprache. Der Aufbau war nicht so, wie sie ihn wohl erwartet hatten, er war ganz einfach noch etwas mehr! Ganz ohne Eigenlob: Die Installation war die perfekte optische Umsetzung des Swarovski-Anspruchs: Crystallized! Der Messestand war kein Messestand, er war ein wahres Schmuckkästchen, das das Ambiente in betörendes Funkeln und Strahlen tauchte. Allein die doppelwandigen Säulen, gefüllt mit von innen beleuchteten, im Licht schillernden Swarovski-Kristallen! Damit wurde das Schmuckkästchen selbst zum Schmuckstück – ohne freilich den Inhalt, nämlich die Präsentation des Designermagazins, zu überstrahlen. Von den eigentlichen Swarovskiprodukten war wie vereinbart am Stand nichts zu sehen. Lediglich in den verwendeten Kristallvorhängen waren einige Stücke eingebaut. Die Vorhänge bespielten einen in der Raummitte platzierten Präsentationsblock, der mit Hilfe zweier Plasmabildschirme das Swarovski-Magazin vorstellte. Idee, Konzept und Design stammten von Gregor Aigner und der Agentur Knallrot. Christine Dietz hatte für satis&fy die Projektleitung inne. Technischer Leiter vor Ort war Marco Niegel. Derselbe Pavillon verströmte übrigens auch in Lyon seinen Glanz, allerdings mit unterschiedlicher Konzeption. Für die Bademodenmesse, die zeitgleich mit der Eclat de Mode in Paris Anfang September stattfand, war der Stand Plattform für die Präsentation von Swarovski-Bademoden. Die hatten Jungdesigner entworfen und natürlich funkelten sie ebenso sensationell.

DZ BANK GRUPPE

Die Aufgabenstellung war hart – bring mal die Messestände von sieben bis neun schwergewichtigen Unternehmen samt den dazugehörigen Vorstandschefs, einem Internetterminal und einem Cateringtresen in einem Raum in der Größe von 120 qm unter – ohne dass sich die hochrangigen Teilnehmer vorkommen wie in einem mickrigen Angestelltenbüro einer Controllingabteilung. Aber an Herausforderungen wächst man schließlich, folglich begab sich satis&fy unverzüglich ans Werk, und zwar für die Bankwirtschaftliche Tagung der DZ BANK Gruppe im frühlingshaften Ostseebad in Timmendorf. Der Platzmangel im Tagungsraum war natürlich Kalkül. Bei so viel Enge wird´s schließlich heimelig wie hinterm Bankschalter. Es ging ja nicht darum, großzügig irgendwelche Produkte zu präsentieren. Lockerer Smalltalk war angesagt nach dem Motto: Je smaller der Platz desto better der talk.

Und das bei Häppchen-Nahrung und Grüppchenbildung. Da trafen sich die Füchse von Schwäbisch Hall mit den Oberfüchsen von Union Investment, talkten Volksbanken Raiffeisenbanken-Manager mit R+V-Versicherungdirektoren.

Dieses extra für die versammelten Bundesvorstände der DZ BANK Gruppe kreierte Ambiente musste also gediegen sein und stimmen vom Logo, zum Tisch, zum Stuhl. Zusammen mit der Eventabteilung der DZ BANK Gruppe konzipierte Projektleiter Oliver Birkner deshalb eine absolut legere Umgebung für die eleganten Schlipsträger und gewandten Zweireiherfunktionäre. 13 Techniker und Dekorateure sowie vier Helferlein bauten den Meeting Point „volle Power" innerhalb von drei Tagen auf.

Allein der aufwändige doppelte Boden samt integrierter Kabelführung schluckte einen ganzen Tag. Als das Kunstwerk schließlich stand, konferierten die Herren der Banknoten zwischen zwei vier Meter hohen, von innen mit 30 Neonröhren beleuchteten Plexiglassäulen und mattweiß lackiertem Gestühl. Das Edle am Aufbau: Das Design war im Gegensatz zu standardisierten Messeständen extra für die Bankwirtschaftlichen Tagungen in Timmendorf und Rosenheim entworfen. Da sich für 2007 die Konzeptvorgaben ändern, wird nun ein neues Design erarbeitet. Die von vorneherein bewusst gewählte Originalität des Entwurfs war übrigens der Grund, warum satis&fy den Pitch unter drei Mitbewerbern für sich entscheiden konnte.

Die dem langjährigen Kunden DZ-BANK Gruppe präsentierte Sonderlösung war klein und fein! satis&fy ging selbstverständlich auf jeglichem Kundenwunsch ein. Allein dadurch hob sich der Entwurf von den üblichen Messestand-Standards deutlich ab. Na, wenn das nicht schon fast Volksbanken Raiffeisenbanken-Service-Niveau ist! *mf*



Solutions

Aktuelles aus den Bereichen

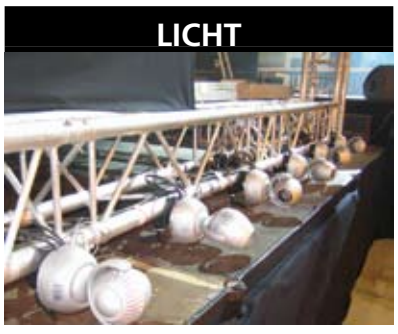


Wie verzaubert machen sich die Trucker auf, dem Weihnachtsmann beim Geschenke verteilen zu helfen



Solitär in der Version für Grobmotoriker

LICHT



Großes Packen auch im Lichtsupport. Thomas Bergmann und Kai Bilges haben tausend und ein Ding für das Nike Salesmeeting nach Orlando/USA geschickt, darunter allein 200 Lampen! Sage und schreibe 40 Räume mussten während des vom 27. November bis 3. Dezember dauernden Nike Sales Meetings ausgeleuchtet werden. Orlando übrigens der erste interne satis&fy-Job von Kai Bilges. Mal sehen, was er erzählt, wenn er zurück kommt von dem Megaspektakel im warmen Florida. Weitere Premiere: 12 extra für den Event gekaufte, sogenannte „intelligente" LED-Lichterketten iColor Flex SLX. Die lustigen Lichtlein von der Firma Color Kinetics, bei welchen jeder einzelne der kunterbunten LEDs separat ansteuerbar ist, kommen ebenfalls für Nike zum Einsatz. Damit kann man mal richtig intelligent hell machen. Passt auch zur Jahreszeit! Rund sechs Wochen vor Weihnachten startet in den USA alljährlich eine gigantische, schrill-schräge Merry-Christmas-Lightshow, bei der selbst Mülltonnen feierlich zum Leuchten gebracht werden.

PROJEKTMANAGEMENT



Egal ob Kunsthistoriker, Ökotrophologen, Kunststoffformgeber – alle wollen sie zur ration – aber davon haben unsere Projektleiter ja ohnehin bis unters Dach! Dominik hat seine Feuertaufe in Paris jedenfalls bestanden. Übrigens ebenfalls neu im Projektmanagement: Kim Lindner. Auch wieder ´ne Quereinsteigerin? Ratet mal.
Da kommt ihr nie drauf, dass sie eine Original-Meisterin für Veranstaltungstechnik ist.

TRUCKING



Nachdem die neuen s&f-Trucks angeschafft wurden, scheint beim Trucking momentan ein jeder wunschlos und wortlos glücklich. Weitere Infos deshalb erst im nächsten Heft.

Zeit Projektleiter bei satis&fy werden. Aber was macht eigentlich ein Projektleiter? Und: Was muss er können? Um diese gesellschaftspolitisch drängende Frage zu klären, hat sich die satis&fy-Führung viel Mühe gemacht und ein Buch geschrieben. Darin steht, was der satis&fy-Projektleiter drauf haben muss. Er muss es nämlich voll drauf haben! Immerhin kamen mit 95 Seiten eine geballte Ladung Tipps und Tricks zusammen. Jeder Projektleiter und der, der es werden will, bekommt so ein Buch mit Widmung der Autoren in die Hand gedrückt. Und: Er oder sie sollte es am besten auswendig können. Falls der Chef mal zitieren lässt. So manch ein Kapitel allerdings dürfte der satis&fy-Bibel in Zukunft noch hinzugefügt werden. Gell, Dominik Piorr! Der neue unter den PLs jedenfalls dürfte vergebens in dem mit den Erfahrungen der letzten Jahre aufgefüllten Leitwerk geblättert haben, als er in Paris einen spontanen Auftrag (siehe Ticker!) erfüllen sollte. Da halfen dann doch nur noch Improvisation, Intuition und Inspi-

KREATIVSUPPORT

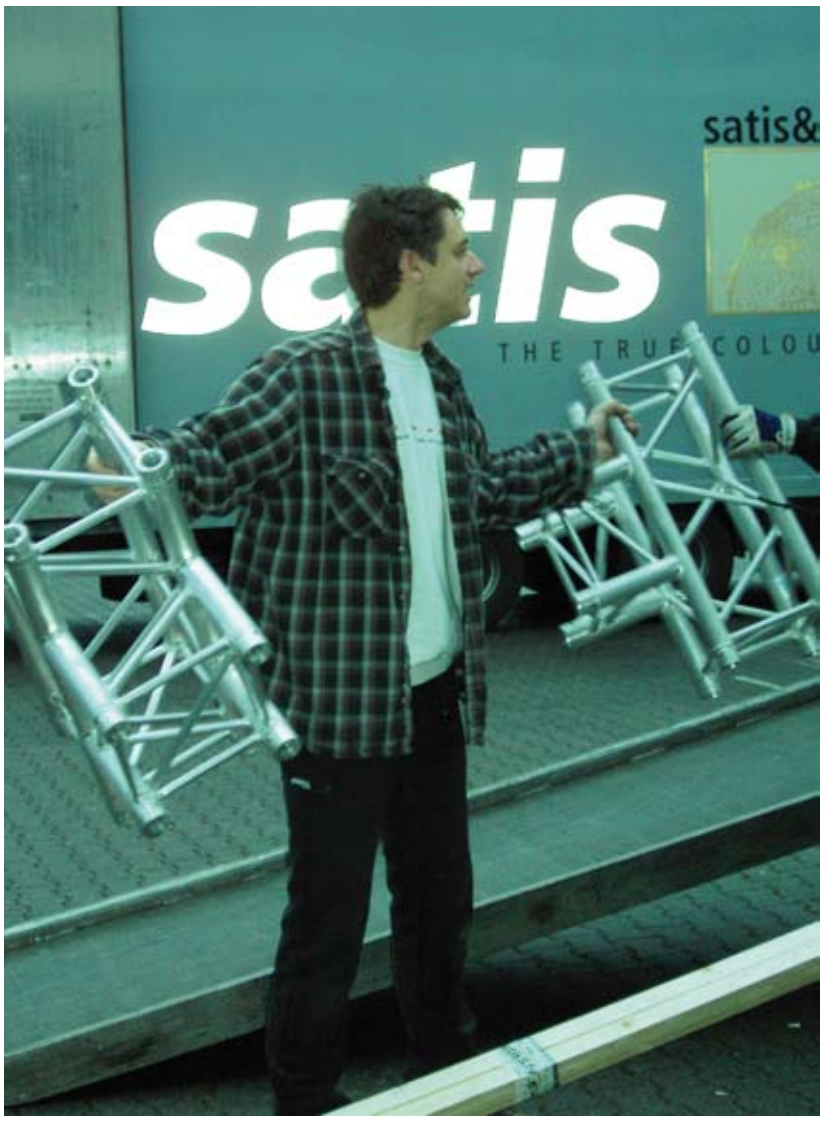


Imagineering! Nie gehört? Klingt das nicht nach Vision, nach Fortschritt, nach Kreativität? Dabei gibt es das Wort eigentlich gar nicht, zumindest steht es nicht im Wörterbuch. Es ist nämlich ein Kunstwort, das sich aus *imagination* und *engineering* zusammensetzt. Christoph Pullmann, Leiter des satis&fy Kreativsupports, übersetzt den Begriff mit „Unvorstellbares vorstellbar und Undenkbares denkbar machen!" Darin sieht Christoph eine Hauptaufgabe von satis&fy. Das geht aber nur, wenn sich alle s&f-Supports auf dieses eigentlich Undenkbare konzentrieren. „Alle in der Firma abrufbaren Kreativkräfte wie Lichtdesigner, Architekten, Möbeldesigner etc. werden von uns je nach Herausforderung eingespannt, um ihre und unsere Ideen zu visualisieren und zu realisieren," so Christoph. Im Kreativsupport z.B. wird das Undenk- und Unvorstellbare neben der virtuellen Darstellung per Visualisierungssoftware auch mit Hilfe von Modellen oder 1:1-Probeaufbauten sichtbar gemacht. Nur in Ausnahmefällen wird externe Hilfe herangezogen. Wenn also demnächst wieder der ein oder andere Kollege komplett abwesend erscheint, denkt er nicht an Urlaub oder noch Abwegigeres. Aber hallo! Der imagineert!

PERSONALITY



Die Frau Kowalski ist diejenige in der Berliner Filiale, die als einzige immer „siezt", weil sie sich einfach nicht daran gewöhnen kann, dass man bei satis&fy ruckzuck per Du ist. Also Steffi. Hiermit bieten wir Dir alle offiziell das Du an. Du musst also nicht mehr Sie, Du darfst nun ganz offiziell „Du" zu uns sagen, wenn Du willst. Übrigens auch zu Christopher Lundie. Der Christopher ist im Gegensatz zu Dir ohnehin ein echter Duzer. Er kommt nämlich aus Berlin. Und die Berliner duzen ja schon aus Prinzip. Dafür haben sie aber Probleme mit dem richtigen Einsatz des Buchstabens j bzw. g: Jell, Christopher. Schönen Jrus, übrijens. Wie jehts? Jehts jut? Der nette Dialekt freilich ist nicht der Grund, dass Christopher den so spannenden Beruf des Kaufmanns für audiovisuelle Kommunikation gelernt hat. Vielmehr tat er dies, weil er aufgrund seiner Qualifikation, aber auch wegen seines extrastylischen Outfits so wunderbar ins satis&fy-Konzept passt. Seine Batschkapp (hessischsprachige Bezeichnung für Schlägermütze?), die er immer und überall trägt und unter welcher er ganz und gar nicht schlägertypmäßig, sondern meist



„Keine Ahnung, aber von rechts kommen immer neue ..."



Trotzdem ein Tipp: Dies ist nicht der Notausgang!



Neu im Programm: Ohrensauna



„Schau mir in die Augen, Kleiner!"

Fotos: satis&fy

ziemlich freundlich daher kommt, jedenfalls ist nicht nur schick, sie ist schenijal.

BÜHNEN-/ MESSEBAU



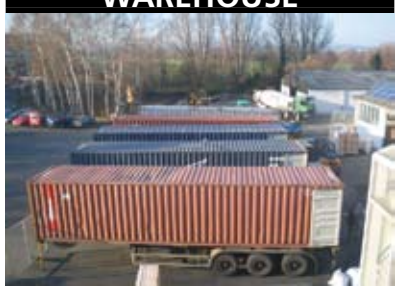
Marcus Stadler ist froh um seinen Kollegen Ingo. Ingo ist nämlich ehemaliger Student der theoretischen Mathematik. So konnte Ingo dem Marcus ziemlich schnell sagen, dass 0,01 Meter in etwa einem Zentimeter entspricht. Das war deshalb wichtig für Marcus, weil Marcus ausrechnen wollte, wie viel Raummeter Baumaterialien die Deko im Geschäftsjahr 2005/2006 verbaut hat. Die Recherchen von Marcus ergaben, dass 5096 Dachlatten (a 4,5 m), 5329 Kanthölzer (a 4,5 m) und 4022 Tischlerplatten (10 cm breit) verbaut wurden. Da kommen laut sorgfältiger Berechnung von Marcus etliche Meter zusammen, nämlich gut 68000! Das entspricht in etwa dem Volumen von 118 m³, was wiederum circa dem Holzmaß von 12 herrlich gewachsenen Tannen mit je einer Höhe von 30 m bzw. einer Tanne mit einer Höhe von 360 m sehr nahe kommt. Das ist ja nun schon sehr beachtlich. Nicht minder ansehnlich ist die von der Deko jährlich verbrauchte Menge an Klebebändern in Metern. Wen diese Strecke interessiert, sollte sich noch gedulden und die True Colours IV abwarten. Marcus braucht noch eine Weile: „Klebebänder ist nicht so einfach zu rechnen, da muss ich weiter recherchieren!" Das nennt man angewandte Mathematik! Zuletzt klebten und zimmerten Marcus, Ingo und Crew übrigens für die Euro Finance Week in Frankfurt. Dafür musste wohl die 13. Tanne dran glauben. Stimmt´s, Marcus?

VIDEO



Kein Wunder, wenn die Inspiration bei Francesco Elsing und Markus Berger Purzelbäume schlägt: Denn Kiki ist da! Kiki (Kirsten) Schulze-Breustedt bringt nämlich erstens viel frischen Wind und zweitens jede Menge frisches Obst mit in die Abteilung. Was die neue Videosupporterin Kiki trotz ihrer mehr als zehn Jahre Berufserfahrung im Bereich Medientechnik nicht ahnte: Ihre beiden Kollegen sind chronische Vitaminhasser. So versorgt Kiki die Jungs statt mit Äpfeln, Trauben, Bananen nun halt mit Keks- und Schokoriegeln. „Seit Kiki da ist, sind wir permanent am Zunehmen," meint Francesco zufrieden kauend zum Thema. Francesco und Markus profitieren aber nicht nur von den Leckereien, sondern auch von der Entlastung, die Kiki mitbringt. Sie kümmert sich um Planung, Dispo, Angebotserstellung, Kalkulation, Fremdzumietung – um all die Arbeiten eben, die unter Stress ziemlich viele Kalorien kosten. Die gelernte Bürokauffrau wird also weiter kräftig Erfahrung, Markus und Francesco dagegen werden wohl noch mehr Kilos sammeln.

WAREHOUSE



Die abgebrühtesten Typen im Hause s&f sitzen im Lager. Weil: Dort gibt es wohl nichts, was die Jungs noch beeindrucken könnte. Sie nehmen es halt, wie ´s kommt. Wen kratzt es schon groß, wenn mal eben übers Wochenende vier XXL-40-Fuß-Seecontainer (ca. 80 bis 100 qm³) beladen werden müssen? Zwei Tage lang Tonnen Material verstauen, so geschehen für das Nike Sales Meeting in Orlando/USA. „Da nehmen wir halt mit, was wir drüben mit hohem Aufwand beschaffen müssten, wie Werkzeug usw.," meint Lagerchef Rüdiger Wirtz. Alles in allem aber, wie gesagt, ist es nichts Ungewöhnliches für die Warehouse-Leute, dass das Wochenende drauf geht: „De facto haben wir ohnehin schon fast die 7-Tage-Woche, sechs Tage sind die Regel." Nehmen wir uns doch alle ein Beispiel.

RIGGING / KINETIK



Jetzt geht´s voran! Ivo Böhmelmann sieht Licht am Ende des Tunnels! Lange Zeit hingen die Rigger irgendwo zwischen Elektro- und Metallwerkstatt in den Seilen. Jetzt haben sie sich Platz freigeschaufelt, um sich weiter zu entfalten. Die Rigging-Crew ist damit auf dem besten Weg, sich auch räumlich endgültig zu einem eigenständigen Support zu entwickeln. „Durch den Zugewinn an Platz und die Möglichkeit, nun auch etwas an die Hallendecke zu hängen, können wir Dinge besser auslegen, reparieren oder auch einmal ausprobieren," sagt Ivo. So können Ivo und Kollege Rainer in Zukunft noch mehr Aufträge selbst bearbeiten und müssen nicht mehr so viel delegieren. Aber es ist da wohl noch irgendwas im Busch. Jedenfalls taten die zwei ziemlich geheimnisvoll. Vielleicht verraten sie ja Euch etwas, wenn Ihr nett nachfragt.

TON



Tonmeister Hendrik ist Hesse, Mensch! In keinem Fall ein Pfälzer, wie noch in True Colours II fälschlicherweise behauptet. Das soll und muss an dieser Stelle nun endgültig geklärt sein.
Was wir noch über ihn wissen: Er rechnet sich zum Beispiel zu den „standhaften Verweigerern der Zimmerpflanze" (Zitat Hendrik).
Zuletzt sah man ihn übrigens bei der Arbeit. Er lieferte den Ton für den Gastauftritt von Mel C. und Fanta4 bei einer Veranstaltung der Union Investment in Mannheim. Weitere hieb- und stichfeste Meldungen aus dem Tonsupport: Michi Gerlach, neuer T-Shirt-begeisterter, nun auch im Tonsupport als Lagerist tätiger Kollege, scheint ein Mensch, der nie friert, zu sein.

Und: Das der Karben AG zugeordnete, von Hendrik schmerzlich vermisste und zwischen Ascheberg, Sascha und Texas Lightning seit Monaten hin und her vagabundierende Mischpult Digico D1 ist an Erfahrung reicher und gereifter wohlbehalten in den heimischen Gerätepool zurückgekehrt. *mf*

Wir basteln uns einen G-String

Die Erfolgsgeschichte eines beonders klebrigen Klebebandes



Zu allem entschlossene Kidnapper und Heavy-Bondage-Fanatiker schätzen es seit langem, und mittlerweile hat sich auch bei Veranstaltungstechnikern herumgesprochen, wie gnadenlos pappig und praktisch dieses Zeugs ist. Auf den Stücklisten von satis&fy tauchte es bislang unter der eher unverdächtigen Bezeichnung „G-Band" auf – was ließe sich da nicht alles hinein interpretieren...

Die Rede ist vom Gaffa Tape. Gaffer Tape? Duct Tape? Diskussionen allerorten und besonders im Internet, wie es denn richtig heiße, sind akademischer Natur und haben einen eben solchen Unterhaltungswert. Die Urheber der Beiträge leben ganz offensichtlich ohne Berührung mit der klebebedürftigen Praxis.

Es ist ein Streit um des Kaisers Bart, den man, so er denn unecht ist, sicherlich auch mit Gaffa fixieren könnte. Womit wir beim Thema wären: Gaffa ist das Synonym für unbegrenzte Möglichkeiten, mithin für Amerika, wo dieses Stöffchen von der Rolle seinen Ursprung hat. Und wo es schon auf den Konzertbühnen von Bands, deren Namen heute niemand mehr kennt (es sei denn, sie oder er ist deutlich über 50), Monitorkabel frontman-sicher am Boden und die Ersatz-Plektrons ekstatischer Gittaristen am Mikrofonständer gehalten hat. Man täte dem sagenhaften Klebstreifen unrecht, beließe man es bei diesen Einsatzgebieten: Widersprechende Projektleiter, Kundenbeziehungen vor der Zerreißprobe, Publikumsbereiche, die aus den Nähten platzen, renitente Hallenmeister, blanke Nerven, zu Bruch gegangene Brillen, schamlose Risse in der Hose - alles bekommt die Gemeinde der Gaffaholics Anonymous in den Griff. Auf Tourneen von Queen sollen sogar Roadies beobachtet worden sein, die damit ihre Bikinizone epilierten. Das Tape ist der Joker, ohne den so manche Bühnenveranstaltung aus den Fugen geriete, und einige Endzeitpropheten fragen sich, ob nicht unsere hinfällige Mutter Erde von einer unsichtbaren Variante zusammengehalten wird...

Auch die Leute von satis&fy wissen eine Anekdote zu berichten: Es gab einmal eine Veranstaltung, da lautete die Rechnung für Gaffa auf 15.000 (in Worten: fünfzehntausend) Euro. Es bleibt der Phantasie des Lesers überlassen, welche Veranstaltung das war und was dort abging.

Zum Schluss noch der im Herkunftsland USA obligatorische Warnhinweis: Versuchen Sie auf keinen Fall, eine der hier genannten Anwendungen für Gaffa Tape nachzumachen, vorzuführen oder sonst wie in die Tat umzusetzen. *wk*

radialsystem V

Illuminierte Kulturpumpe









radialsystem V – any colour you like

Irgendwie extraterrestrisch – scheinbar nicht von dieser Welt. Da gibt es ein Gebäude in Berlin, dass es gar nicht geben dürfte: radialsystem V. Allabendlich, die letzten zwei Wochen im Oktober, leuchtete es geheimnisvoll mitten in der Stadt, als wäre es gerade aus dem fernen Jenseits gelandet. Dabei stand es hier schon über 100 Jahre lang.

Bloß ist das zur Industrieruine verkommene einstige Pumpwerk kaum jemandem aufgefallen. Spätestens nach dem Berliner „Festivals of Lights" dürfte sich das geändert haben. Die Idee, radialsystem V für das Festival zu illuminieren, stammt vom Berliner satis&fy-Branchmanager Uwe Buhrdorf – als Hommage an das Projekt radialsystem V. In Zeiten, in welchen wie in Berlin die Kulturetats versiegen, kommt es wie ein Wunderwerk daher.

Von wegen Wunder. Die Geschäftsführer dieses „new space for the arts in berlin", Jochen Sandig und Folkert Uhde, haben einfach mutig ihre Vision umgesetzt. Sie wollen künstlerisch wichtige Einflüsse in einer Idee, an einem Ort, in einem Gebäude bündeln, um sie von hier radial ausströmen zu lassen.

Das Lichtkonzept entwickelte der Lichtdesigner Boris Kayser in Coop mit radialsystem V und satis&fy.

Die kostenlos gestellte Installation erklärt dem Publikum das in Privatinitiative renovierte Gebäude in all seinen architektonischen Facetten und Brüchen. Sie ist damit pädagogisches Konzept und Lichtspektakel in einem, und sie betont die Bedeutung von radialsystem V als einzigartige Spielstätte für modernen Tanz und alte Musik, als Plattform unterschiedlicher Kunstformen sowie als vermietbare Eventlocation. Es braucht keine Ufos, um scheinbar Undenkbares denkbar und sichtbar zu machen. *mf*

DAS JODELDIPLOM

Der Musikantenstadl, Tummelplatz dauergewellter Mannsbilder und tief dekolletierter Pracht-Trachten, ist seit 25 Jahren deutsche TV-Kultur. Und dann sagt der Moik: „Servus, pfüat Gott und auf Wiedersehn". Das sitzt. Denn satis&fy hatte sich mit dem Kickoff-Meeting 2003 geschlossen zu Hüttenzauber und Gipfelromanik bekannt. Und die Frankfurter Unionhalle damals zur Großraum-Alm mit echten Hütten, Germknödeln, Gamsbart- und Dirndlzwang umfunktioniert.

Immerhin – Karl Moik verschwindet nicht, ohne noch einmal mit Tony Marshall, Claudia Jung und Semino Rossi im Schlepptau durch 25 deutsche Städte zu zockeln. Und – wer sagt's denn – satis&fy darf dabei sein, holldrijodijöh! „Servus Karl!" heißt die Produktion, ordnende Hand ist die Konzertagentur Hertlein, und im Auftrag der Firma Soundhouse – zuständig für astlochreine Akustik ohne Echo – liefert satis&fy ein authentisches Bühnendesign mit viel Holz vor und an der Hüttn, einem Meer aus Kunstblumen und gewohnt ambitionierter Lichttechnik.

Mitgerissen von Zitterspiel und Hörnerklang mussten wir unsere Buam und Maderln an die Stühle fesseln, um ihren Bewegungsdrang in hallenweites Schunkeln zu kanalisieren.



Mei, war des scheeee...
wk

IMPRESSUM

TRUE COLOURS
Erscheint vierteljährlich

HERAUSGEBER
satis&fy AG Deutschland,
Industriegebiet Dögelmühle
61184 Karben
Tel. 06039-91200
www.satis-fy.com

CHEFREDAKTION
Renata Terzic (ViSdP)

ART DIRECTION
Judith Augustin

CREATIVE DIRECTION / REDAKTIONELLE KOORDINATION
(((vroom))) Service GmbH
Orber Str. 24
60389 Frankfurt
www.vroom-service.de

MITARBEITER DIESER AUSGABE
Michael Freund, Wolfgang Klotz,
Renata Terzic, Nico Ubenauf

E-MAIL
truecolours@vroom-service.de

© **2006 satis&fy**
Für unverlangt eingesandtes Material wird keine Haftung übernommen.