satis&fy

02/12

TRUE COLOURS

Nike präsentiert NFL-Outfits in New York

National Football League
Special mit satis&fy Flaschenkühler

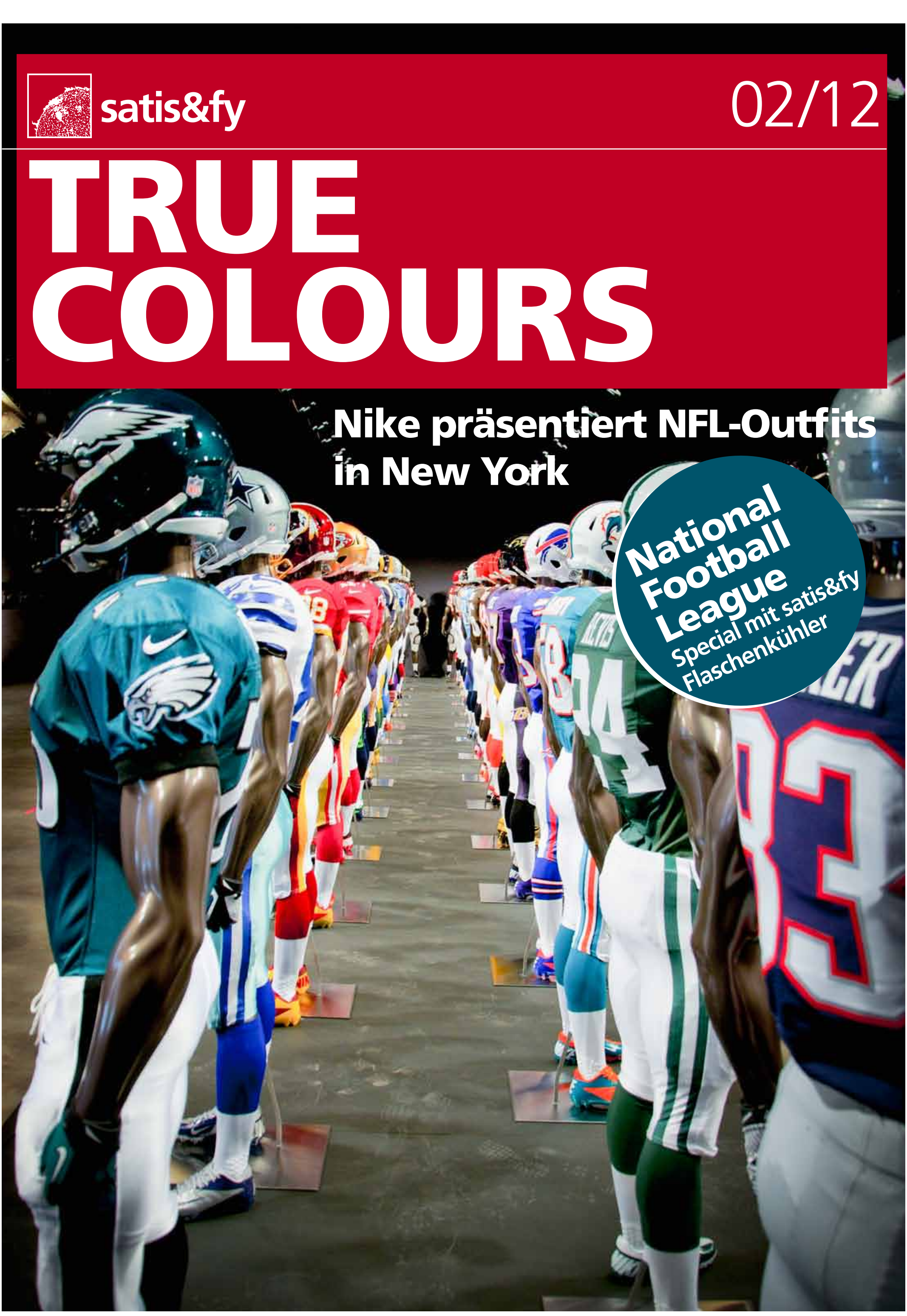


Foto: Michael Schäfer

EDITORIAL



Über Langeweile konnten wir uns diesen Sommer bei satis&fy wirklich nicht beklagen; und Reiseziele gab's auch zur Genüge: Fußball-EM in Warschau, Olympische Spiele in London, Swarovski in Singapur, Die Ärzte auf D-Tour, Daimler am Hockenheimring, Manchester United Premier Cup in Shanghai, Grünenthal in Mailand, Bertelsmann in Gütersloh und Berlin, Aareon in Garmisch, Audi in Berlin, Ingolstadt und Mallorca, Fashion Week in Berlin, um nur die Highlights zu nennen. Kein Sommerloch weit und breit, im Gegenteil. Auch wenn etliche Members von satis&fy dadurch ganz schön in der Welt herumkamen, fehlte am Ende der Erholungsfaktor. Ähnliches meldeten die Daheimgebliebenen. Statt Urlaub gab es jede Menge Inselreife, und so war im Personalbereich innovatives Verschieben, Tauschen und Dazwischenklemmen gefragt, um die Schrauben individueller Belastbarkeit nicht zu überdrehen. Gar nicht so leicht, aber das haben wir irgendwie hinbekommen.

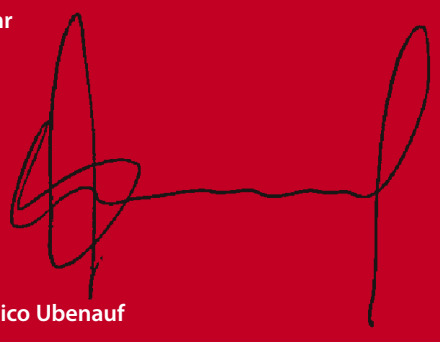
Zugleich ist der Sommer bei satis&fy immer die Zeit fürs Überholen, Aufpolieren, Umstrukturieren, Neugestalten, hohe Auslastung hin oder her. Wichtigstes Ergebnis der internen Optimierungsmaßnahmen ist unser neu gestaltetes Intranet, aus dem ein wesentlich leistungsfähigeres VPN-Extranet geworden ist. Auch der Name ist neu: Aus satis-factory wurde satis-fy.me. Der Zugriff ist für alle Standorte deutlich schneller, und vor allem ist es leichter zu bedienen. So können sämtliche Mitarbeiter ihre Beiträge ganz einfach per E-Mail einstellen. Beim optischen Erscheinungsbild haben wir uns übrigens an das Design der TRUE COLOURS angelehnt.

Vorrangiges Ziel war die Verbesserung des Wissenstransfers, damit die linke Hand weiß, was die rechte tut. Jeder Bereich, jedes Gewerk, jeder Support postet hier ab sofort zeitnah seine News, neue Produkte, Erfindungen, Entwicklungen, Veränderungen. Das ist bei der Größenordnung, die wir als One-Stop-Solution erreicht haben, kein Plus, sondern ein Muss. Keiner soll am Ende sagen: „Mir sagt ja keiner was."

Davon wollen und sollen auch unsere Kunden profitieren. Der Wunsch, mehr über unsere Innovationen und Entwicklungen zu erfahren, um diese frühzeitig in Projektplanungen einzubeziehen, wird immer häufiger formuliert. In dieser Hinsicht werden wir bald nachlegen; Möglichkeiten für den Zugang zum Extranet von außen sind bereits vorgesehen.

Freuen Sie sich also auf noch mehr relevante Informationen.

Ihr



Nico Ubenauf

TICKER

Im Kampf gegen die Treibhausgase setzt satis&fy wieder einmal Maßstäbe. Beispiel: KarmaKonsum Konferenz, Frankfurt. Bei der alljährlich stattfindenden Öko-Messe waren nur 96kg CO_2 Ausstoß pro Teilnehmer erlaubt. satis&fy kalkulierte. Ergebnis: Durch den Einsatz von LED-Beleuchtung statt konventionellem Licht für die Bühne und alle Räume konnten wir den Stromverbrauch um 9kW senken. Endbilanz: 30kg CO_2 pro Kopf weniger als vorgegeben. Wir als Kooperationspartner der Veranstaltung setzten damit nicht nur Zeichen, sondern auch Strom sparendes Licht, ohne die kamerataugliche Beleuchtung der Bühne zu ruinieren. Projektleiter Marc Spangenberg: „Das war ein wahres Lichtfeuerwerk!" **+++ Ähnlich lichtstark auch der Auftritt von satis&fy bei der Prolight + Sound 2012 in Frankfurt. Auf 160m² setzten wir das Konzept des tschechischen Lampenherstellers ROBE um: Sage und schreibe 275 in der Hallendecke verbaute Lampentypen, vorwiegend LED-Scheinwerfer. Ein Himmel voller gleißend leuchtender Sterne,**



Mehr Licht geht nicht: Sternenhimmel mit ROBE

schwerer Sterne – getragen von einer Sonderkonstruktion. Sie bestand aus einer schwarzen Prolyte H30V Traverse als Mother Grid sowie 14 silbernen Prolyte H30V und acht HOF Traversen. 31 Motoren fuhren die Last an die Decke. Wie schon in den Vorjahren übernahmen wir auch den Standaufbau inklusive der medientechnischen Ausstattung zum Beispiel der 16m x 2,5m LED-Rückwand. +++ Seit 30 Jahren lebt er nun schon in Berlin. Seit 16 Jahren arbeitet er frei als Bühnenmeister. Große Events hat er betreut, u. a. die Bühne für die Bambi-Verleihung bereitet. Jetzt haben wir ihn einfach weggekauft. Jürgen Mertens ist seit Mai nur noch für uns tätig. Und gleich die erste Veranstaltung in seiner s&f-Ära fand Jürgen richtig angenehm. Die Verleihung des Deutschen Musikautorenpreises im großen Ballsaal des Ritz-Carlton, Berlin. Dort wurden vornehmlich Menschen geehrt, die keiner kennt, die aber Texte schreiben, die viele kennen, Liedtexte der großen Hits, der großen Stars. Und auf diesem Weg durfte die Öffentlichkeit erfahren, wie wichtig die Menschen im Hintergrund sind. Das gilt auch für Typen wie Jürgen Mertens, der als Projektleiter zusammen mit Sandra Wischnewski die 20m x 4m große Bühne im Auftrag der Hamburger Agentur hi-life gebaut sowie Licht und Ton organisiert hat. **+++ Raum-in-Raum-Installation – das klingt ein bisschen wie Aktionskunst! Beispiel Skoda World Importers Conference in Prag. Im Auftrag der Agentur Outstanding Solutions lieferten wir dem tschechischen Autohersteller die Umsetzung des neuen Skoda-Verkaufsraumkonzepts. In Hufeisenform traten drei Showroom-Modelle gegeneinander an. Das Raum-in-Raum-Konzept sah vor, dass nach Öffnung der Halle und dem Heben des Vorhangs die Skoda-Verkäufer vom Plenum aus den direkten Blick in alle drei Showrooms erhalten. Ein Arrangement wie eine Performance.** *mf*

EM IN POLEN UND DER UKRAINE

Mit Tiki-Taka zum Erfolg?



Tribüne, Spielfeld, Ausstellungsareal – EM Nachbau à la satis&fy

Extremes Pressing, hohe Abwehrlinie und famose Passsicherheit. Das sind seit Jahren unsere Markenzeichen, auch bei der Fußball-Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine. Ein anderes Spielkonzept: Den Gegner laufen lassen. Wer selbst den Ball führt, kassiert keinen Gegentreffer! Experten nennen dieses System: Tiki-Taka. Doch nach dem Spiel ist vor dem Spiel…

In diesem Fall waren die Erwartungen an das Team schon im Vorfeld des EM-Auftritts extrem hoch. Dabei war bis zuletzt gar nicht klar, ob das Stadion rechtzeitig fertig werden würde. Massive bürokratische Hürden der Warschauer Behörden, extreme Anforderungen des Veranstalters an Material und Mensch, für die Vorbereitung ein doch sehr eng terminiertes Zeitfenster, schwer zu kalkulierende Gegner. Das Planspiel hatten wir oft genug geübt. Wie aber würde es real laufen? Spätestens ab Spielbeginn war klar: Nur das akribische Umsetzen der virtuellen Vorgaben würde zum Erfolg führen. Mit der jahrelangen, hervorragenden technisch-taktischen Ausbildung der Einzelspieler waren die Grundlagen für den Erfolg geschaffen. Jeder von uns ist in der Lage, sich auf dem Platz Freiräume zu schaffen und mit Kreativität zu füllen. Doch diesmal erwartete uns eine besondere Herausforderung.

Der Schlüssel des Erfolgs: die Mannschaft! Zentral der kluge Denker und Lenker des Spiels: Aleksandr Dojcinovic (Spielführer) und seine perfekte Ergänzung: Oliver Heyde mit enormer technischer Finesse und wohl dosiertem Offensivgeist. Erneut im Kader: Franziska Kiermeir: immer wieder gefährlich vorrückender Assist im Mittelfeld, versorgt ihre Mitspieler mit intelligenten Hereingaben. Ingo Herkenrath: logistisch ausgefeilte Vorstöße, Lenker der Viererkette. Eduard Deringer: bereitet mit seiner Erfahrung und Routine die Bühne für die anderen Ballkünstler. Florian Müller: synchronisiert audiovisuell die Kommunikation auf dem Feld. Kalle Karlen: technisch versiert programmiert er zuverlässig den Erfolg vor. Nicht zu vergessen: Marco Niegel. Als Architekt des Systems bereitet auch er regelmäßig die Bühne für einen gelungenen Auftritt. Nur so, also gemeinsam, konnten wir den Anforderungen des Herausforderers gerecht werden: Nike!

Die Herausforderung: Errichtung eines Nike-Fußballstadions mit Spielfeld, Tribüne, Riesen-LED samt Bodenkonstruktion (30m x 3m) sowie Ausstellungs- und Activityareal innerhalb der regulären Spielzeit von nur acht Tagen (24-Stunden-Doppelschicht) und auf einer statisch begrenzten Fläche im ersten Stock des Einkaufszentrums Zlote Tarasy in Warschau.

Die mühevollen Wochen der Vorbereitung und die Anstrengungen auf dem Platz haben sich gelohnt. Nach einem akribisch geführtem, diszipliniertem Aufbau und dem anschließend eingeleiteten Angriff kam er, der entscheidende Lochpass in die Tiefe! Am Ende gingen nur Sieger vom Platz. Die Taktik war aufgegangen: One-Stop-Solution statt TikiTaka. *mf*

DER ROSAROTE GLAMOUR

Nicht sehen, nur fühlen: Magie beim Rosenball 2012



Technik wie von Zauberhand: beim Rosenball störte kein Kabel die Atmosphäre

Als wir im Juni mit sieben Trailern Material beim Berliner Hotel Continental vorfuhren, wussten wir schon: Jetzt blüht uns was. 15.000 Rosen sollten den hiesigen Ballsaal zieren und dem bevorstehenden Ereignis seinen Namen geben.

Die Stiftung Deutsche-Schlaganfall-Hilfe unter der Schirmherrschaft von Liz Mohn und dem Vorstandsvorsitzenden der Bertelsmann AG Thomas Rabe lud nach einigen Jahren Pause das zehnte Mal zum Rosenball in Berlin. satis&fy, für Bertelsmann schon seit vielen Jahren in verschiedenen Projekten unterwegs, durfte die glamouröse Gala erstmals mit Licht-, Ton- und Videotechnik begleiten. Wer selbst nicht zu den illustren 500 Gästen gehörte, dem sei gesagt: Der Rosenball ist ein gesellschaftliches Ereignis. Eines von der Sorte, bei dem Sabine Christiansen und Günther Jauch über Talkshows plaudern, Ralph Siegel Verona Pooth Komplimente macht, Christopher Lee Artur Brauner Dracula-Witze erzählt und Klaus Wowereit ganz in seinem Element ist. Dazu obendrein eines, bei dem die Technik in Sachen Magie gefragt ist. Sie soll wirken, aber nicht sichtbar sein. Eine Wohltätigkeitsgala ist schließlich eine emotionale Angelegenheit. Und so warfen wir uns für eine stimmungsvolle Ausleuchtung, ein störungsfreies Bild und einen perfekten Ton ins Zeug. Nach einer detaillierten Aufbauplanung wurde drei Tage gewerkelt. In Zusammenarbeit mit den Kollegen von UNIT:ART (Messebau) und der Eventagentur Siegelwerk entstand ein makelloser und glanzvoller Rahmen. Den Gästen fiel kein Lautsprecher, kein Kabel auf. Auf einer Drehbühne mit zwölf Metern Durchmesser spielten vorne Bands wie Unheilig (mit einem Kinderchor) oder der Top-Act Tom Jones, während hinten der Umbau von statten ging. Magie eben. Genau wie beim Kopfballtreffer von Mario Gomez im EM-Spiel Deutschland - Portugal, das am selben Abend stattfand und über dessen Spielstand die Rosenball-Moderatoren Nazan Eckes und Markus Lanz die Gäste laufend informierten. Zum Glück keine dornenreiche Aufgabe. *hs*

A PERFECT DAY

Philips inspiriert Jacques Tati


Fotos: Ralph Larmann

Was aussieht wie ein Szenenbild von „Mon Oncle", ist das intelligente, lernfähige Haus von Philips

Sie sind elegant, schick, praktisch und unaufdringlich. Elektrogeräte! Sie flüstern uns zu: Benutze mich, wann immer Dir danach ist! Verführerisch. Wie verführerisch, das wusste bereits Jacques Tati. 1958 lieferte der geniale Filmregisseur seine Vision vom modernen Wohnen. Das vollautomatisierte Haus mit all seinen Vorzügen und Tücken. Für seine Kino-Komödie „Mon Oncle" bekam der französische Filmemacher 1959 einen Oscar. Heute, fast 60 Jahre später, wäre Tati der Filmstoff nicht ausgegangen. Denn auch 2012 ist Schöner Wohnen nach wie vor das Ideal. Lebendiges Beispiel: „A Perfect Day". Die so betitelte Roadshow 2012 des Consumer-Lifestyle-Konzerns Philips zeigt das optimierte, intelligente, lernfähige Haus, das Nonplusultra einer genüsslichen, bequemen und praktischen Wohnkultur.

Aber wie vereinbar sind eigentlich Hightech und Slowfood, Life-Style und Nestwärme? Tati jedenfalls entdeckte in diesem Spannungsfeld extrem viel skurriles Potential.

Schließlich ist es der Mensch, der selbst im Garten Eden nicht auf Ohrhaartrimmer und Lichttherapie-Leuchten verzichten will. Und jetzt? Ein ewiger Traum scheint wahr geworden – das Philips-Elektrogeräte-Paradies. Es besteht aus eben jenen Extras, die das Leben so lebenswert machen: der privaten Bierzapfanlage, dem Mini-Taschenprojektor, dem Wake-up-Light mit Naturklängen und einer Doppel-Milchpumpe für Mütter!

Schon im Jahr 1892 hat der niederländische Elektrogerätehersteller mit der Produktion von Glühlampen begonnen. Ohne die hätte Tati seine Filme gar nicht drehen können! Vielleicht hat sich der Regisseur seinen Bart sogar elektrisch gekürzt (Phili-Shave, 1939, mit rotierendem Schersystem). In jedem Fall aber hat Philips die Mon-Oncle-Vision von Jacques Tati längst überholt und mit Hilfe der Agentur Wilkenwerk, Hamburg nun realisiert. Mit einer Raum-in-Raum-Installation aus mehr als 60 Philips-Ideen und Produkten – auch „interaktive Produktinszenierung" genannt – auf Roadshow! Zielgruppe waren 1200 Händler und mit ihnen die vielen potentiellen Kunden weltweit. In diesem Traum-Haus aus Automatik, Sensorik und Hydraulik erfuhren sie ihren Perfect Day hautnah. Ebenso perfekt war übrigens dann auch der Abend – mit einer Gala vom Feinsten.

Und wir von satis&fy durften diesen Tagtraum mitgestalten! Projektleiter Dirk Jöhle und sein Team transportierten drei Sattelschlepper Philips-Hightech in


So beeindruckt man selbst seine Fachhändler

acht Städte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Licht, Ton, Video, Rigging – und das gesamte lebendige Philips Ensemble. Das Raum-in-Raum-Konzept bestand aus einem Rundbau, aufgeteilt in Alltagsräume, in welchem die Geräte die Thematik vorgeben: Körperpflege, Ernährung, Arbeit und Entspannung. Auch schön: Dieses Konzept funktionierte dank ausgefeilter Aufbau- und Konstruktionstechnik völlig unabhängig vom Veranstaltungsort. Man hätte das Ensemble auch in einem Filmstudio aufbauen können. Tati jedenfalls wäre begeistert gewesen. *mf*

BOARDING COMPLETED!

airberlin schließt sich **one**world an und feiert an einem ehrwürdigen Ort

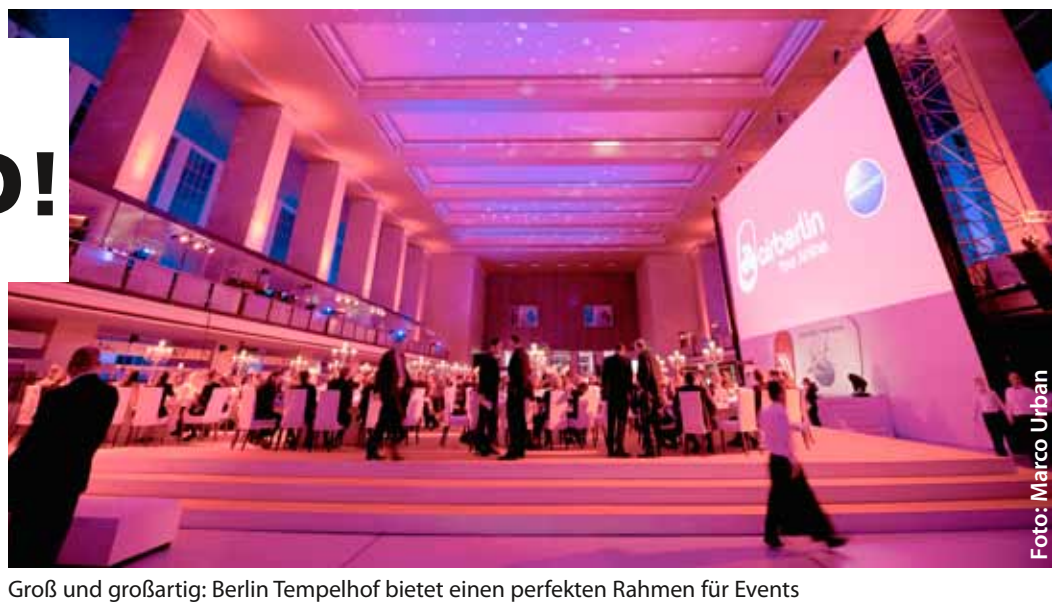


Foto: Marco Urban

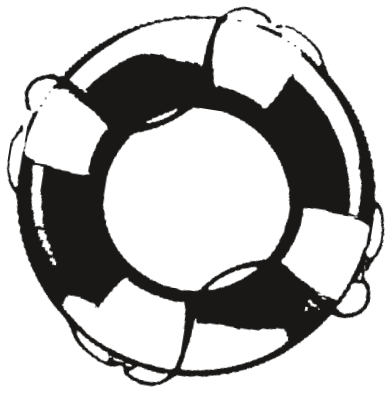
Groß und großartig: Berlin Tempelhof bietet einen perfekten Rahmen für Events

Wer in den letzten Wochen „Berlin" und „Flughafen" bei Google eingegeben hat, fand meist wenig Glanzvolles. Wer hingegen nach „Tempelhof" sucht, findet nicht nur die bedeutende Historie eines Luftbrückenpfeilers, sondern auch den Hinweis auf eine spannende Eventlocation, die selbst in der Hauptstadt unvergleichlich ist.

Für die zweitgrößte Fluggesellschaft Deutschlands airberlin präsentierte sich die Eingangshalle des 2008 geschlossenen Flughafens folgerichtig als passender Rahmen für ein festliches Galadinner. Und wenn wir schon bei passend sind: satis&fy bot sich als Partner zur Realisierung der Veranstaltung geradezu an. Schließlich sind wir mit den Besonderheiten der Location vertraut und wissen genau um die Möglichkeiten und Herausforderungen der denkmalgeschützten Halle. So lag die Umsetzung von Licht, Ton, Video und Deko in unseren Händen. Der Anlass für das Fest mit 350 geladenen Gästen war ein bedeutender. airberlin feierte ihren Beitritt zur **one**world Allianz. Die bündelt Synergien, um ihren Kunden mehr Ziele anbieten zu können. Über 800 sind es bei **one**world, in 150 Ländern. So kommen täglich 8750 Flüge zusammen. Für die Luftfahrtgesellschaften, die es in diesen Zeiten nicht eben einfach haben, gilt: Gemeinsam sind wir stark. Der Ausblick von Hartmut Mehdorn, CEO airberlin, geriet an diesem Abend entsprechend optimistisch. Mit einem wirkungsvollen 3D-Logo lassen sich Rednerworte bestens unterstreichen, das durften auch unsere Deko-Zauberer wieder einmal feststellen, die das Werk umgesetzt haben. Von allen Fluggesellschaften im Bündnis, darunter American Airlines, British Airways und Iberia, waren die Chefs angereist – die Feier wurde zum Branchentreffen mit intensivem Austausch. Und mit einer Tanzperformance, deren Umsetzung wir von technischer Seite begleiteten. Die Künstler der Formation Battle Royal tanzten waagerecht zur Projektionsleinwand und ergänzten schwebend die gezeigten Bilder. Die deutsche Politik, vertreten unter anderem durch Verkehrsminister Peter Ramsauer und den regierenden Bürgermeister Klaus Wowereit, warb bei der Gelegenheit bei den internationalen Gästen auch gleich für den neuen Flughafen Berlin Brandenburg – ein wenig zu zeitig, wie wir heute wissen. Zur positiven Aufbruchstimmung des Abends, der technisch reibungslos verlief, passte Wowereits kleiner Werbeblock aber durchaus.

Für die über fünfzig am Projekt beteiligten Jungs und Mädels aus unserem Haus zählten eher andere Dinge. In einem knappen Zeitplan musste schon im Vorfeld jeder Handgriff sitzen; hochfliegende Ideen funktionieren nur, wenn man sauber landet. Nach dieser Veranstaltung ohne Pech und Pannen konnten wir uns in jedem Fall zufrieden wieder ans Boarding der Trailer machen. *hs*

SPONSO-RING



Wir von satis&fy nutzen unser Know-How und unser Material gezielt, um sinnvolle Initiativen zu unterstützen. Das ist ein kleiner, wichtiger Beitrag zu unserem Nachhaltigkeitsmanagement. Mehr Informationen über unser ökologisches und soziales Engagement finden Sie unter: http://showgreen.satis-fy.com

Sound of Life

Am 11. August fand zum zweiten Mal das Benefizfestival „Sound of Life" auf der Galopprennbahn in Frankfurt Niederrad statt. Verschiedene Bands und Künstler, darunter der Frankfurt Rapper Hassan Annouri, traten auf.

Organisiert wurde das Konzert von der Jugendgruppe des Vereins „Hilfe für krebskranke Kinder Frankfurt e.V." zu Ehren verstorbener Gruppenmitglieder. Nachdem ein Dienstleister abgesprungen war, sprang satis&fy im letzten Jahr kurzfristig ein, half mit Ton- und Lichttechnik aus und war von dem Projekt sowie dem Engagement der weitestgehend event-unerfahrenen Mitglieder der Jugendgruppe begeistert. Dass ausschließlich junge Menschen eine Veranstaltung organisieren – und das auch noch für einen guten Zweck – hat den satis&fylern so gut gefallen, dass man sich entschloss, die Planung des Konzerts seitens satis&fy komplett in die Hände der Auszubildenden aus dem zweiten Lehrjahr zu legen.

Für die Nachwuchskräfte eine tolle Gelegenheit, Projekterfahrung zu sammeln und gleichzeitig Gutes zu tun. Seit einem ersten Location-Check im Mai auf der Galopprennbahn planten Patrick Link, Dennis Fraizer, Sebastian Weber, Fabian Schröder und Mareike Bock die licht- und tontechnische Ausgestaltung des Events. Des weiteren kümmerten sie sich um die Personalplanung und die Kommunikation mit den Verantwortlichen der Galopprennbahn und den Künstlern, sie waren für den Soundcheck am Abend zuvor zuständig und durften auch während der Veranstaltung ihr Geschick am FOH-Pult beweisen.

Zwei Tage vor der Veranstaltung begann bereits der Aufbau. Mit vor Ort neun weitere Auszubildende von satis&fy. Die Azubis hatten ihre Ausbildung erst am 1. August begonnen und freuten sich umso mehr, erste Event-Luft schnuppern zu können.


Teamarbeit: alle unter einem Dach

Die Jugendgruppe „Hilfe für krebskranke Kinder Frankfurt e.V." und unsere Azubis haben ihren Job großartig gemacht.
Ein Riesenlob an alle Beteiligten – satis&fy sagt Danke!
me

TOUCHDOWN NIKE!



Die NFL wird ab sofort komplett von NIKE ausgerüstet – in New York haben wir‘s allen gezeigt

32 nach Gardemaßen angefertigte Schaufensterpuppen mit Football-Equipment behängen und schön ins Licht stellen. Eigentlich war es genau das, worum es ging. Und dann wieder doch nicht. Selten haben wir unseren langjährigen Lieblingskunden Nike so euphorisch, so aufgeregt erlebt; schließlich ging es auch um einiges. Superbowl sozusagen, die ganze Nation schaut zu. Und so nahmen die Ereignisse ihren Lauf.

Auftrag zur bekleidungstechnischen Komplettausstattung der National Football League, kurz NFL, in der 32 sogenannte Franchises um den Titel kämpfen. Klingt groß? Ist groß. Ein Riesending. Dazu ein enormes Medieninteresse. Die offizielle Vorstellung der neuen Spieler-Ausrüstung war also alles andere als ein Routine-Projekt.

Kick-Off

Bei Nike kennt man satis&fy seit Jahren als Allrounder für die Produktion von Veranstaltungen in aller Herren Länder. Dass wir auch über außerordentliche Design-Kompetenz und einen leistungsfähigen Creative Support verfügen, konnten wir Anfang des Jahres demonstrieren, als wir den Nike Pitch für die Ausgestaltung der Präsentation der neuen NFL Player Kits and Uniforms gewannen. Normalerweise ist dafür der Bereich Brand Design von Nike zuständig, aber das hier war etwas anderes, eine echt hohe Hausnummer. Die wurde outgesourct.

Football ist neben Baseball Amerikas liebster Sport, entsprechend groß ist die Aufmerksamkeit. Ein wenig Regelkunde: Tor heißt Touchdown, der Ball (oder besser das Ei) wird nur nach vorne gespielt; und zur Überwindung einer Mindestdistanz von zehn Yards hat ein Team vier Versuche frei. Bei unserem Nike/NFL-Projekt in New York haben uns ganz ähnliche Spielzüge zum Ziel in die Endzone gebracht.

1st Down

Das Briefing war vergleichsweise abstrakt, weil die Location noch nicht feststand. Und so wussten wir nur, dass Look & Feel die Aggressivität des Claims „Ready for Combat“ widerspiegeln sollten. Wir präsentierten deshalb zu Jahresbeginn im Nike Headquarter in Portland nach intensiver kreativer Vorbereitung Renderings „im freien Raum“, die ein Interstellar-Battleship-Setting vom Feinsten zeigten: viel Mattschwarz, Stahl, düster, martialisch. Nike war angetan von unserer Gestaltungsidee; wir begannen mit der Entwicklung von Details. Noch zehn Wochen bis zum Event.

2nd Down

Endlich stand die Location fest: Old Naval Yard, Brooklyn, New York. Ein riesiger Komplex mit etlichen Hallen, was sich im Nachhinein als segensreich erwies. Wir formierten unser Team aus eigenen Mitarbeitern und Zulieferern neu und passten die Entwürfe den Gegebenheiten an: neue Renderings, neue Statik- und Material-Berechnungen, Baupläne, das ganze Programm.

Gleich für mehrere denkbare Situationen spielten wir alles von vorne bis hinten durch: unser Interstellar Battleship in einer großen Halle, verteilt auf mehrere kleinere Hallen, Kompromisslösungen. Das alles innerhalb der Zeit, in der es eigentlich darum gegangen wäre, sich auf Details zu konzentrieren und Teile vorzuproduzieren. Apropos Details.

3rd Down

Unsere Ansprechpartner bei Nike waren nach wie vor begeistert von ihrem NFL-Auftrag ebenso wie von unseren Vorschlägen, sprühten vor Ideen, vor Änderungs- und Ergänzungsvorschlägen.
Und so wurde fleißig integriert, hin- und her verschoben und umgestaltet. Nach all der Vorarbeit, mit der unser Kreativ-Support und die Projektleitung zehn Wochen komplett ausgelastet gewesen waren, stand allerdings schließlich fest: So geht es nicht, Spielunterbrechung, 25 Yards Penalty.

Back To The Line Of Scrimmage

Reduzierung auf das Wesentliche, das war die Grundidee gewesen. Durch die vielen Modifizierungen und Ergänzungen wirkte nun alles überladen und ließ eine klare Linie vermissen. Was sich in diesem Stadium der Entwicklung dem Auge des Betrachters darbot, war keine Präsentation, das war ein Sports-Store-Sale. Also. Alles zurück zum Ausgangspunkt, Rudel bilden und neuen Spielzug planen. Worum geht es eigentlich, wozu treten wir hier an, was soll erreicht werden? Vor allem sollen doch die Pressevertreter einen positiven Eindruck von den neuen Team-Uniformen nebst Zubehör gewinnen. Und so wurden aus mittlerweile 126 hünenhaften Schaufensterpuppen (im Englischen übrigens „mannequins“ genannt), die sämtliche Outfit-Variationen zeigten, wieder 32 entschlossene Combat-Teamster. Was sie demnächst alles an Equipment zur Verfügung haben würden, war in ihrer „Waffenkammer“ in von innen heraus beleuchteten Schränken zu sehen. Dieses „Arsenal“ rief Erinnerungen an eine Matrix-Schlüsselszene wach, in welcher Neo von Morpheus seine Ausrüstung erhält. Es erinnerte zugleich an einen Lockerroom, die Spielerumkleide in den Katakomben eines Stadions.



Erster Entwurf: Rendering der Interviewzone

Und dann noch eine winzig kleine, aber ganz wichtige Änderung: Keine Football-Präsentation ohne Astroturf, den legendären Spielfeld-Kunstrasen, wurde uns mitgeteilt. Und so verwandelte sich das ursprüngliche Schiffsdeck in verranzter Metalloptik in einen atmosphärisch verdichteten Stadion-Ausschnitt mit Tribünen, Flutlichtmasten und allem, was dazugehört.



Foto: Michael Schäfer

Aus einer Expo-Halle wurden kurzfristig 400m² Schreinerei

2-Minute Warning

Die Entscheidung, alles zurück auf null zu stellen, hatte Nike kurzfristig gefällt. Wir hatten ganze zwölf Stunden Zeit, neue Ideen, Renderings und Grundrisspläne vorzulegen. Das Team stöhnte unter der Belastung des Extra-Trainings; und keiner der Beteiligten weiß heute mehr so richtig, wie er/sie das überstanden hat. Dann erneute Präsentation, diesmal per Telefon von Karben aus.

Mit dem Ergebnis: „We all love it!“. Wir auch.

4th Down

Verbleibende Zeit bis zum Event: sieben Tage. Da würde kein Rush helfen, um das Ei unter Körpereinsatz in die Endzone zu befördern, hier war ein elegant geworfener Pass über das gesamte Spielfeld gefragt. An diesem Punkt kam unser bewährtes Netzwerk von New Yorker Kooperationspartnern zum Tragen. Von ihnen hatten wir zuvor schon einige nach Deutschland einfliegen lassen, um sie für unsere Anforderungen zu briefen. Während des Aufbaus hatten sich ein paar satis&fyler sogar arbeitstechnisch in ihren Räumen eingenistet, um Abläufe zu kontrollieren und zu koordinieren. Vor Ort und live haben unsere amerikanischen Partner miterlebt, was wir unter integriertem Arbeiten verstehen. In zwei zusätzlich auf dem Naval Yard angemieteten Hallen wurden eine komplette Schreinerei und eine Lackiererei eingerichtet. Denn Vorproduktion, wie sonst üblich war nicht mehr möglich gewesen. Aus Deutschland hatten wir nur



Foto: Michael Schäfer

Der Lockerroom im Matrix-Style zur Präsentation der Trainings-Outfits

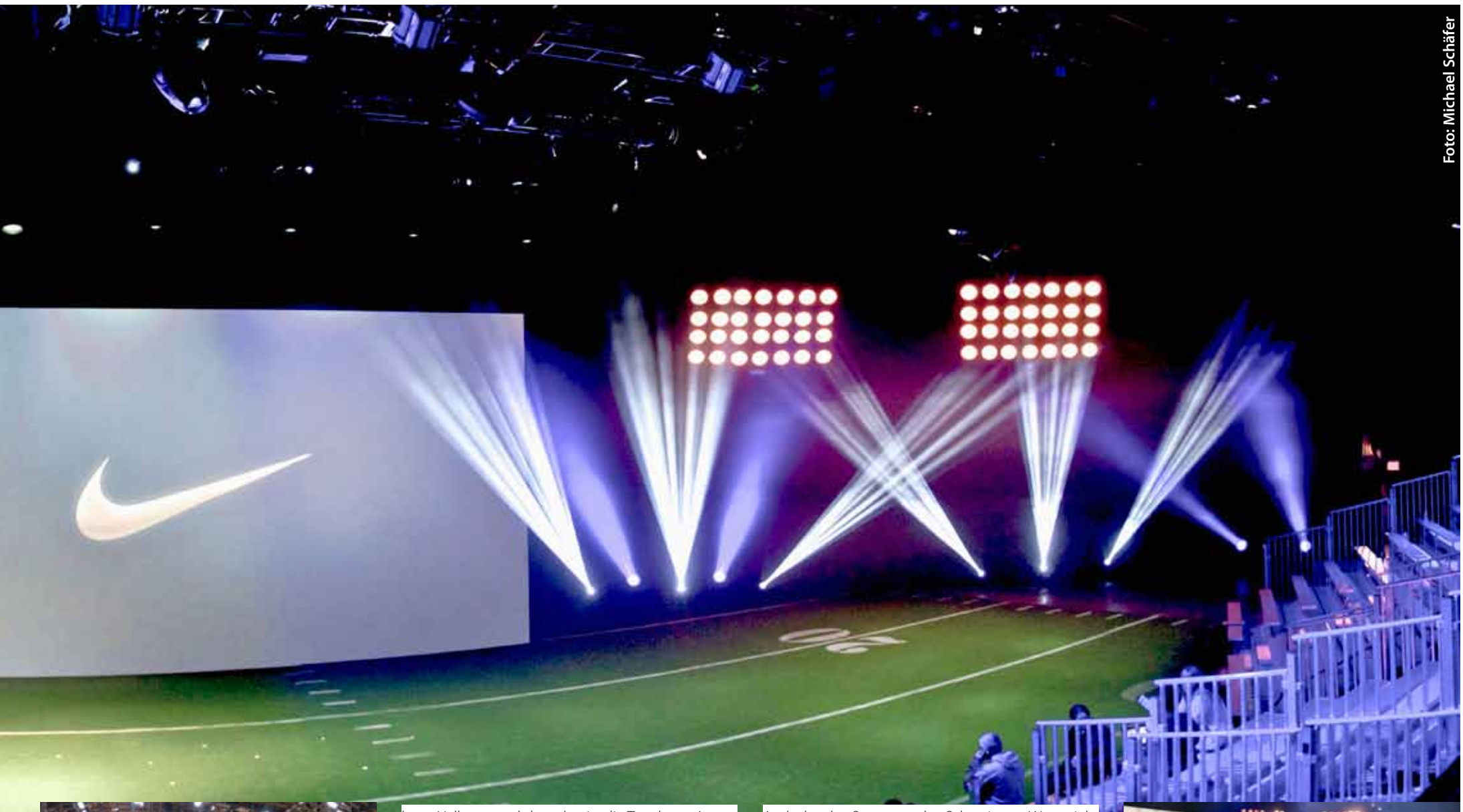


Foto: Michael Schäfer

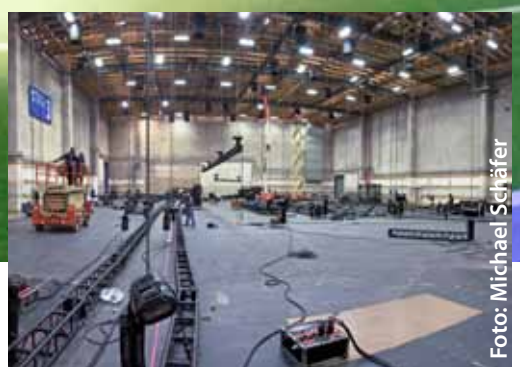


Foto: Michael Schäfer

Am Anfang war das Nichts

das Nötigste mitgenommen, alles andere wurde angemietet, on location hergestellt und zusammengebaut. In großem Maßstab wie in einer Fabrik. Für die umfangreichen Holzarbeiten hatten wir extra eine Altendorf Formatkreissäge aufstellen lassen.

Völlig neue Patterns

Der von uns vorgeschlagene neue Spielzug: Wir nehmen die zwei größten Hallen in Beschlag. Halle Eins mit einem total reduzierten Empfangsbereich (nur das NFL-Logo und der Nike Swoosh am Empfangstresen), aus dem man ins Waffenarsenal und den Lounge-Bereich gelangt. Durch einen eigens nachgebauten Tunnel, der von zwei Stuckateuren in mehrtägiger Arbeit mit Beton auf Stadionatmosphäre getrimmt wurde, gelangt das Heer der Journalisten von dort in das Präsentations-Stadion mit ewig breiter Bühne und Astroturf. Hieran schließt sich eine fast leere Halle an; und da steht sie, die Terrakotta-Armee der 32 NFL-Krieger in den neuen Combat-Outfits. Heroen zum Anfassen, Bestaunen, detaillierten Betrachten und Fotografieren. Clean, nicht überfrachtet, perfekt für Interviews und dementsprechend ausgeleuchtet.

Wenn alles gesagt und getan ist

Und dann, als der Pass geworfen und das Ei in der Luft war, kehrte plötzlich Ruhe ein. Keine Änderungen mehr, alles läuft nach Plan, kaum Überstunden, alles klappt. Zwischendurch lassen wir mal eben die arg schwächelnde W-LAN-Kapazität in den beiden Hallen auf NFL-Niveau pushen, damit durch schnelles Posten und Uploaden von Bildern und Videos ein Hype losgetreten werden kann. Pünktlich auf die Minute ist alles fertig. Für die s&f-Members ein Moment der Andacht, des Staunens, des Schweigens. Wow, sieht das geil aus!



Gerenderter Bird's Eye View der Presentation Area

Touchdown

Der optische Eindruck, die Atmosphäre, die Präsentation, alles ist einfach überwältigend. Die Presse, um die wir uns so viel Gedanken gemacht hatten, macht, was sie will. Sie ignoriert die Interview-Ecken, die inklusive der Scheinwerfer-Batterien noch kurz zuvor im Hallen-Layout um 180° gedreht worden waren. Sie findet in dem von s&f gestalteten Setting überall attraktive Ecken und Einstellungen, um von wichtigen Persönlichkeiten des American Football in Erfahrung zu bringen, was denn vom neuen Equipment zu halten sei. Welchen Stellenwert die Vorstellung der neuen Spieler-Outfits in Amerikas Öffentlichkeit hatte, mag man an den landesweiten Diskussionen unter Experten, Footballspielern und Sportmoderatoren ermessen, die tagelang über die Bildschirme flimmerten.

An der Seitenlinie

Auch am Rande gibt es einiges zu notieren: Zu der von uns neu ausgearbeiteten Variante gehörte, 32 hünenhafte, quicklebendige Uniform-Models auflaufen zu lassen und auf exakt definierten Plätzen auf dem Astroturf zu positionieren. Alles wurde sorgfältig geprobt und die Position für jedes einzelne Model festgelegt. Nur markiert werden durfte nichts auf dem heiligen Astroturf. Damit die Herren dennoch die


Foto: Millton Walker

Der Extra-Kick: 32 NFL-Quarterbacks als Live-Models

Orientierung behielten und ihren Platz finden würden, versteckten unsere Techniker winzige LEDs im Kunstrasen, die beim Einlaufen für kurze Zeit leuchtend den Weg wiesen, um dann wieder in der Anonymität synthetischer Grashalme zu verschwinden. Genial einfach, einfach genial.

Her mit dem Pokal!

Die NFL vergibt jedes Jahr eine Auszeichnung an den wertvollsten Spieler. Was Design und technische Umsetzung, was Spielfreude und Einfallsreichtum bei dieser Nike Veranstaltung angeht, so würden das s&f Designteam, die 23 mitgereisten satis&fyler und die etwa 120 Mitglieder der US-Crew diesen Titel ganz unbescheiden für sich reklamieren wollen. Außerdem: 925 Stunden Computerzeit für 3D-Renderings – das ist rekordverdächtig! *wk*


Foto: Millton Walker

Highlight am Ende des Tunnels: Handschuhe im NFL Team-Design


Foto: Millton Walker

Im Rampenlicht: „mannequins" in den von Nike gestalteten Team-Uniforms

SUPPORTS

Aktuelles aus den Bereichen



Fotos: Jonas Janczyk / satis&fy

Uwe Buhrdorf – Motivationsguru auch auf dem Rasen



Foto: Rainer Michelmann

PERSONALITY

Eigentlich war Björns Mama schuld. Sie hatte vorab im größten deutschen Boulevardblatt gelesen, dass bei Heiner Brands Abschiedsgala zwei Amateur-Handballer mitspielen dürfen. Sie sollten per Casting ausgewählt werden. Björn Pape: Ein Typ wie Handball-Tier Stefan „Kretsche" Kretzschmar. Spitzname: Pappo. Größe: Wuchtige 1,86 cm. Tätowierte Unterarme, ein Kreuz wie ein Schrank, ein Bart wie ein Seebär und ein Wurf wie aus einer Kanone. Bei einem Probetraining überzeugte der gebürtige Oberauer den Ex-DHB-Trainer persönlich. Heiner machte Björn kurzerhand zum Nationalspieler. Beim Heiner-Brand-Abschiedsspiel gegen eine Weltauswahl (34:37) in Mannheim stand der als Kreisläufer beim Oberligisten TV Gelnhausen aktive Kollege aus dem Licht-Support plötzlich mit Handball-Recken vom Schlage eines Oliver „The Rogg" Roggisch auf dem Parkett. Und Björn ließ es ordentlich krachen. Fast zehn Minuten im Einsatz erzielte er zwei Tore. Sogar Autogramme hat der 23jährige Jungnationalspieler gegeben. Wer noch keines hat. Fan-Adresse: s&f, Lichtsupport, Karben.

Girls Day: Frauen in unserer Firma – zumindest in der Produktion sind sie nach wie vor unterrepräsentiert. Aber zum Glück gibt es jährlich deutschlandweit den Girls-Day nach dem Motto: Mädchen an den Schraubstock, Girls an den Hobel, Frauen in die oberste Etage! Neun Mädchen im Alter von 11 bis 14 Jahren konnten schon mal proben. Im April besuchten sie satis&fy in Karben. Und? Sie waren begeistert! So viele Jungs, die man da noch innen überholen könnte! Von Veranstaltungstechniker Kai Bilges, Ausbildungskoordinatorin Julia Prowald und Marketingmann Markus Emrich erfuhren die neugierigen jungen Damen, was satis&fy so alles bietet. Besonders interessiert zeigten sich die Mädels an den Tournee-Events. „Wir waren zum Beispiel bei Nena und Tokio Hotel dabei", erklärte Kai. Klar, dass die begeisterten Tagesgäste wissen wollten, wie man bei satis&fy einen Job kriegt. Julia Prowald riet: „Gute Noten in Deutsch, Mathe, Englisch und eine ordentliche Portion handwerkliches Geschick wären von Vorteil." Für Mädchen von heute also kein Problem, einen Platz in den aktuell sieben Ausbildungsberufen bei satis&fy zu ergattern.

Boys Day: Manchmal ist es halt dann doch ein Problem, zu erfolgreich zu sein. Durch die Dauer-Belastung in der „Event Champions League" haben unsere Fußball-Jungs vor der Neuauflage des Turniers des Friedrichshain Kreuzberger Unternehmervereins Berlin die Vorbereitungsphase komplett vernachlässigt. Das rächte sich. Das Ziel, den Erfolg des Vorjahres (3. Platz) zumindest zu wiederholen, wurde klar verpasst. Nach einem Sieg und einem Unentschieden in der Gruppenphase ging der s&f-Elf die Puste aus. Technisch versiert und optisch unschlagbar (Dank an den Karbener Trikot-Support) ließen die Event-Kicker den Gegnern zwar kaum Räume, doch die nutzten die wenigen Chancen eiskalt. Zwei Niederlagen verwehrten den Einzug ins Halbfinale. Am Ende sprang lediglich der siebte Platz heraus. Was wird nun aus unserem jungen, ehrgeizigen Team? Uwe Buhrdorf, der vom aktiven Spieler ins Traineramt gewechselt ist, sieht enormes Potential. Für ihn wird allerdings schon jetzt die Luft dünner.



Siegerlächeln nach 5,6 Kilometern

Team-Play: Leichter hatten es die sieben satis&fy-Kollegen, die am diesjährigen JP Morgan Lauf in Frankfurt teilnahmen. Für Jürgen Gärtner, Johan Stabel, Sarah Bachmann, Carlos Martini, Michael Lada, Matthias Diener und Jan Wiedemann zählten Teamgeist, Kommunikation, Kollegialität, Fairness und Gesundheit mehr, als die zuletzt gelaufene Zeit. Zusammen mit 7500 Läufern und Läuferinnen absolvierten sie die 5,6 km lange Strecke. Und am Ende sprach die Bilanz für die Teilnehmer: Gesund, fair und kollegial war es; und kommuniziert wurde auch jede Menge. Ziel erreicht, Teamgeist gestärkt.



LICHT

Egal ob BAP, PUR oder Die Ärzte – für sie gibt es nur das Beste: den ROBE Robin 100 LED Beam. Martin Heuser, verantwortlich für den Support Beleuchtung in Karben, und Rudi Luyckx, Licht-Chef aus Werne, waren hellauf begeistert, nachdem sie die Geräte auf der diesjährigen Prolight + Sound Messe in Frankfurt in Augenschein genommen hatten. Luyckx: „Das Beamlight ist nicht nur klein und leicht, sondern mit 12 × 15 W RGBW-LEDs bei einem Austrittswinkel von 7° auch extrem schnell und hell." Hinzukommen noch viele weitere Luxus-Features wie stufenlose Weiß-Töne, drei steuerbare LED-Zonen und Stroboskop-Makros. 70 Stück hat satis&fy anliefern lassen. Auf Wunsch von Lichtdesigner Peter Seifert werden die Lampen nun während der BAP Tour und für die PUR Tour im nächsten Februar eingesetzt. Und auch bei der großen Ärzte-Tournee im Sommer werden die Lampen im Licht-Rigg hängen. „Unser Lichtdesigner Lui Helmig wollte die und nur die!", so Luyckx. Na dann.



BILD

„High End Design" – das klingt doch wirklich nach „Besser geht´s nicht". „Wir haben Samsung Slimline Displays in unser Mietpark-Programm aufgenommen, die beides haben: edles Design und High End Performance", so Video-Support-Leiter Francesco Elsing. Rund um die eleganten, 30mm dünnen Displays mit nur 5,5mm umlaufenden Rand bieten unsere Designer, Techniker und Projektplaner zudem passende High-End-Multi-Media-Konzepte an. Das geht, weil Projekte in der Video-Abteilung von jeher in enger Zusammenarbeit mit den anderen Supports realisiert werden. Da wäre nun beispielsweise die Samsung UE-Serie. Die Geräte sind vor allem schmaler und leichter, als die bisherigen Mietgeräte. (Ästhetisch passend: unsere selbst entwickelten, sehr leichten und schnell aufstellbaren Edelstahl-Hochständersysteme.) Die Geräte verfügen zudem über einen integrierten MagicInfo Player: Statt über Kabel und Zuspieler werden Videos einfach per USB-Stick abgespielt. Übrigens auch demnächst in unserem Hause: Ultra-Slimline Displays von Samsung im Größenbereich bis 75 Zoll. Highest End sozusagen. *mf*

INTERVIEW

Wir machen das!









Fotos: Michael Freund

Schreinerei-Leiter Fabian Samland und Planungsbüro-Chef Daniel Klein stellen sich zusammen mit Deko-Bereichsleiter Marcus Stadler den Fragen von TRUE COLOURS (Bild oben, v.l.n.r.: Fabian, Daniel, Marcus). Sie betonen erst mal, dass sie mehr sind, als nur drei. Büro- und Werkstattbesatzung zusammen genommen ergeben 15 Mal geballte Praxiserfahrung. Arbeit allerdings ist noch nicht alles. Nach dem Schaffen treffen sich die Kollegen in Karben nicht selten draußen vor der Schreinerwerkstatt auf den selbst gebastelten Lounge-Hockern am Biertisch auf einen Feierabendschoppen. Nach einem stressigen Tag wird runtergekühlt, resümiert und auch über Privates geredet. Klingt nach echter Harmonie. TC hat nachgefragt.

TC: Angeblich ist ja die Schreinerei hier eine einzige Erfolgstory. Erzählt mal!
Daniel: 2006 hatten wir plötzlich einen riesen Job für Daimler, aber zu diesem Zeitpunkt eben noch keine Werkstatt. Trotzdem haben wir über Nacht geplant, wie und was gebaut werden muss.
Marcus: Wir haben damals längst gewusst, dass wir endlich eigene Maschinen brauchten. Dann bot sich eine gute Gelegenheit. Ich hab einen gekannt, der seinen Schreinerbetrieb aus Altersgründen aufgelöst hat.
Daniel: Zu dem sind wir dann nach Saarbrücken runter gefahren, haben seine Schreinerei abgebaut, auf den LKW gepackt und hier in einer Halle aufgebaut.
Marcus: Gute Maschinen zu einem günstigen Preis. An einem Samstag haben wir die Werkstatt eingerichtet; und dann ging es steil bergauf.

TC: Wie steil?
Marcus: Klar war, dass wir viel bessere Ergebnisse erzielen würden, wenn wir unsere Sachen in einer Werkstatt vorkonstruieren und dann vor Ort zusammenbauen würden. Probleme wurden so schon im Vorfeld gelöst. Das spart an der Location viel, viel Zeit.
Daniel: Nachdem die Werkstatt personaltechnisch immer weiter gewachsen ist, haben wir in den letzten zwei Jahren besonders den Planungsbereich massiv ausgebaut. Heute sind wir inklusive Planungsbüro und Schreinerei schon 15 feste Leute.

TC: Und dazu gehörst du auch, Fabian?
Fabian: Ja. Bei meiner alten Firma war ich nicht zufrieden. Während eines Jobs mit s&f bin ich Daniel und Marcus begegnet. Von da an ging alles relativ schnell.

Der Aufbau der Schreinerei 2006 war ein wichtiger Baustein der One-Stop-Solution.

TC: Was hat Dich so begeistert?
Fabian: Der Job ist ideal. Wir haben alle kreativen Freiheiten und ein super Team.
Daniel: Nur so geht´s! Unsere Kompetenz liegt in der Qualität unserer Arbeit und in der Flexibilität und Kreativität als Team.
Fabian: Wir basteln individuelle Lösungen, konstruieren Räume in 3D, leisten den kompletten Vorbau in modularer Bauweise hier in der Werkstatt. Vor Ort bauen wir dann nur noch zusammen.
Marcus: Nicht zu vergessen: das alles geschieht in Zusammenarbeit mit den anderen Gewerken. Der Aufbau der Schreinerei 2006 war ein wichtiger Baustein der One-Stop-Solution.

TC: Also doch Harmonie pur?
Marcus: Naja. Manchmal kommt die Liebe erst mit der Ehe. Erst haben wir den Bereich aufgebaut, und danach ist die Nachfrage stetig gewachsen. Vor allem in der Deko und im Ladenbau. Da sind wir heute ganz groß.
Daniel: Früher waren es oft große Bühnenbilder, heute sind es vor allem ganze Raum-in-Raum-Konzepte. Das heißt, wir verwandeln eine leere Halle oder einen schmucklosen Raum in ein Hochglanzareal mit Club- oder Lounge-Atmosphäre.
Fabian: Bei Bedarf arbeitet unser Werkstatt-Team auch in Schichten rund um die Uhr.
Marcus: Auch im Bereich Sonderbau haben wir uns mittlerweile umfangreiches Know-how erworben.

TC: Beispiele?
Fabian: Die Nike Lounges bei der EM in Warschau (siehe Seite 2) oder bei Olympia in London.
Daniel: Die Kooperation zwischen Planungsbüro, Schreinerei und unserem Netzwerk an Zulieferern läuft mittlerweile absolut reibungslos. Zusammen mit den anderen s&f-Supports können wir innerhalb von 10 bis 14 Tagen auch gewaltige Großproduktionen auf die Straße bringen.
Fabian: Da ist alles dabei: Von der Intarsienarbeit bei Bodenbelägen bis zur verdeckten Kabelführung, von

Und das geht vor allem dank der großen Unterstützung unserer Werkstatt und des Zulieferernetzwerks.

riesigen 3D-Bühnenbildern bis zu interaktiven Leuchtelementen aus Plexiglas. Und – das will ich an der Stelle nochmals betonen – das geht vor allem dank der großen Unterstützung unserer Werkstatt und des Zulieferernetzwerks.

TC: Großartig!
Daniel: Gell! Der Kunde bekommt übrigens schon vorab live aus dem Karbener Büro Eindrücke von der Planung. Dort wird ausgelotet, wann, wie, wo, was in der verbleibenden Zeit noch geht. Von der Bemusterung bis zum Material.

TC: Und Visionen?
Marcus: Wir treiben die Nachhaltigkeit voran!

TC: Aha. Ein immer wiederkehrendes Thema?
Daniel: Das sind keine hohlen Sprüche. Gemeinsam mit unserem Holzlieferanten haben wir zum Beispiel eine eigene Tischlerplatte kreiert. Das Pappelholz kommt aus Italien und ist PEFC zertifiziert, auf das Tropenholz aus Übersee können wir nun verzichten. Und preiswerter ist es auch.

TC: Wunschlos glücklich?
Fabian: Nö. Wir hätten gerne eine neue CNC-Fräsmaschine!

TC: Hallo Chefs, gehört?
Fabian: Kein Ulk. Dann könnten wir ganz schnell Formteile fräsen, wenn der Zulieferer nicht kann. Oder Schriftzüge und Logos anfertigen. Und vieles mehr.

TC: Leuchtmöbel, Raum in Raum, Sonderbau à la carte, CNC fräsen… Wie schafft ihr das alles?
Daniel: Pure Willenskraft!

TC: Mal ernst!
Daniel: Der Planungsbereich ist sehr eng mit der Werkstatt verknüpft. Die Planer können bei Bedarf auch als Schreiner und Dekorateure in der Werkstatt helfen. Und unsere Schreiner beteiligen sich ihrerseits nicht selten am Planungsprozess. Mit diesem Team können wir alle Bedürfnisse erfüllen und just in time liefern. Wenn andere Firmen sagen, das geht nicht, sagen wir: Wir machen es!
Fabian: Wir haben mittlerweile eben auch eine relativ hohe Schmerzgrenze. Während der letzten heißen Phase mussten wir fast täglich 120% geben.
Daniel: Das Ganze funktioniert aber auch nur, weil wirklich alle mitziehen und es untereinander stimmt. Wir haben eben eine richtig gute Truppe und schätzen uns gegenseitig. Noch mal Danke, Jungs und Mädels!
Fabian: Genau. So eine Leistungsbereitschaft habe ich in meinem Berufsleben vorher noch nicht erlebt.
Marcus: Eben eine Erfolgsstory, an der wir sehr gerne weiterschreiben!

TC: Schluchz! *mf*

Immer hoch konzentriert: die Mitarbeiter der Produktion

HIN UND WEG

Ehrlich Brothers bezaubern satis&fy-Team

Mal eben mit der Hand eine Eisenbahnschiene verbiegen. 200 Liter kochendes Wasser innerhalb von Sekunden in einen Eisklotz verwandeln. Aus einem Orangenkern in Nullkommanix ein Bäumchen mit Früchten wachsen lassen – wie das geht? Es geht, und es ist keine Zauberei. „Es ist Magie", und Dirk Holzhäuser-Herz weiß ganz genau, wovon er spricht. Denn Dirk ist einer der wenigen Menschen auf der Welt, die das Geheimnis kennen, das hinter dieser Magie steckt. „Es ist der Wahnsinn an Akribie, Technik und Vorbereitung." Viel mehr darf der satis&fy-Projektleiter nicht verraten, wenn er von den Ehrlich Brothers und deren Arbeit schwärmt.

„Ich habe eine Geheimhaltungserklärung unterschrieben". Und das versteht sich von selbst. Sogar die lebende US-Magierlegende David Copperfield ist heiß auf die spektakulären Tricks der beiden Illusionisten, die sich längst an die Weltspitze des Magie-Business gezaubert haben. „Zaubern" – das hören die Brüder Chris und Andreas Ehrlich gar nicht gern. Denn natürlich geht es nicht um Hexerei, sondern darum, die Zuschauer durch gewagte Illusionen in die Welt der Magie zu entführen. Das Geheimnis des Erfolgs ist Inspiration, künstlerische Kreativität und harte Arbeit. Dasselbe gilt auch für satis&fy-Eventtechniker: „Gerade hier spielt das, was unsere Firma auszeichnet, eine zentrale Rolle – das Ineinandergreifen der Gewerke", betont Dirk. Der Beweis: der zauberhafte Auftritt der Brüder in ihrer Gala „Fabrik der Träume" am 13. Juli 2012 in der TUI-Arena, Hannover.



Foto: Ehrlich Brothers

„Fabrik der Träume" in der TUI-Arena: ein zauberhafter Auftakt zur großen Ehrlich-Brothers-Tournee durch 28 deutsche Städte

Eine 32m² große Leinwand, 54 L-Acoustics-dV-Dosc-Systeme, 28 Subbass-Systeme, 56 Hängepunkte, davon 32 D8+ Motoren, u. a. 120 kopfbewegte Scheinwerfer (konventionell und LED): „Jedes einzelne Gerät ist äußerst präzise auf den Effektbedarf und den Auftritt der Künstler abgestimmt", erklärt Projektleiter Dirk, „und nur dieses Zusammenspiel garantiert, dass die Illusion perfekt funktioniert." Doch immer bleibt ein Geheimnis, auch Dank der größten Vorsicht aller Beteiligten. Jeder Effekt muss so vorbereitet sein, dass er für Außenstehende unsichtbar bleibt. Um die Spannung zu wahren, verdecken 270 laufende und 14 Meter hohe Vorhänge rund um das Bühnenhaus das, was der Zuschauer eben nicht sehen darf. Neben technischer Präzision setzt das geniale Ehrlich-Team aber vor allem auf eins – Vertrauen! Das macht Dirk auch ein wenig stolz: „Das Vertrauen geht über das normale Maß einer Kooperation zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer hinaus." Auch Chris Ehrlich sieht das Vertrauen bestätigt: „Wir stellen die allerhöchsten Ansprüche und s&f wurde ihnen in jeder Form gerecht!" Und trotzdem: Als Dirk sich nach der Arbeit die mitreißende Vorstellung anschaut, ist er erneut verzaubert – obwohl er die Tricks bereits kennt: „Du kannst dich einfach nicht entziehen." Das ist das Geheimnis eines perfekten Illusionisten. Jedem im Publikum ist klar, dass es sich nicht um Zauberei handelt – und doch fragt man sich: Wie funktioniert das bloß? Dirk weiß es. Und er hofft, dass er den Ehrlich Brothers noch viele Male die Bühne bereiten darf. *mf*

Weitere Infos unter: www.ehrlich-brothers.com

GLEICHE WELLEN-LÄNGE

Audi und satis&fy präsentieren auf Mallorca den neuen A3

Manchmal passen zwei Menschen einfach zusammen. Sie harmonieren, ohne genau zu wissen, warum. Dasselbe geschieht bisweilen auch zwischen Geschäftspartnern. Sie müssen nicht viel sagen, sich nicht groß erklären, sich nicht aufdrängen – es funktioniert trotzdem. Vielleicht haben sie eine ähnliche Philosophie, eine gleiche Haltung, einen vergleichbaren Ansatz.

Im Falle des Audi A3-Presseevents, der im Juni auf Mallorca stattfand, profitierten jedenfalls alle Beteiligten von einer außergewöhnlichen Harmonie unter den Kollegen. Drei Wochen lang. Mit Hilfe eines kleinen, aber feinen Konzepts genoss die Weltpresse im herrlichen Mallorca-Frühling das Audi A3-Feeling. Täglich dasselbe Programm: 40 bis 70 PR- und Pressekollegen kommen morgens am Flughafen an. Auf den freundlichen Empfang folgt der Transfer zu einer altehrwürdigen, umgebauten Finca in den Bergen. Ein kurzes Briefing, und schon geht es los. Einen Tag lang den neuen A3 testen – in allen Disziplinen! Wie Urlaub auf Mallorca: abgelegene Straßen, idyllische Orte, herrliche Landschaften, und sich dennoch zuhause und sicher fühlen im A3. Abtauchen in eine andere


Foto: Audi

Audi A3-Feeling im herrlichen Mallorca-Frühling

Welt – die Audi-Welt. Nein, kein aufgeblähtes Werbespektakel! Vielmehr ein fast privates Vergnügen, sowohl für die Gäste als auch für die Veranstalter. Absolut Design-orientiert war das dezente Audi-Branding von der Ankunft am Morgen bis ins Hotelzimmer am Abend: Unbemerkt ein Teil der Marke werden! Der informelle Schwerpunkt lag im Pressezentrum, das in die Finca integriert war. In der großen Nebenhalle des Hauses konnte mit Hilfe eines 12m x 25m x 5m umfassenden Traversensystems ein Raum in den Raum installiert werden.
Glanzpunkt: eine 9m x 3m große 3D-Softedge-Rückprojektion. Hier durften die Gäste – komplett abgekapselt von der Außenwelt – zunächst virtuell in die A3-Welt eintauchen. Sechs Projektoren bespielten die Leinwand mit einem 3D-Audi-Image-Film. Hochleistungsfähige Watchout-Rechner sorgten für eine absolut synchrone und ruckelfreie Zuspielung. Dann ging es hinaus ins wahre Leben. A3 fahren auf Mallorca bis zur Abendruhe. Erst spät in der Nacht – und im Verborgenen: A3-Refreshment in der Tiefgarage des Gästehotels. Audi-Mechaniker überholen die A3-Flotte. Das s&f-Team um Projektleiter Joachim Prott hatte dafür in die kaum zwei Meter hohen, unterirdischen Räume eine Beleuchtungsstraße eingepasst. Auch hier gelang der Location-Umbau mit Hilfe von leichtestem Material. Egal wo – kein Detail gab sich prahlerisch: Keine grellen Farben, keine lauten Akzente. Alles filigran, elegant und zurückhaltend. Wenn neueste Technik eingesetzt wurde, dann möglichst unsichtbar. Gerade diese Veranstaltung überzeugte durch die Kunst des Planens und eine disziplinierte Ausführung, nicht durch die Macht der Größe und des Pomps. Nicht viel und groß, sondern dosiert und fein. Auch das erklärt vielleicht den Umgang im Team. Da haben sich zwei gefunden. *mf*

IMPRESSUM

TRUE COLOURS, ©2012 satis&fy
HERAUSGEBER: satis&fy AG
Industriegebiet Dögelmühle
61184 Karben, Tel. 06039-91200
www.satis-fy.com

Für unverlangt eingesandtes Material wird keine Haftung übernommen.

CREATIVE DIRECTION / REDAKTIONELLE KOORDINATION:
Richard Rüb, (((vroom))) Service GmbH
Weserstraße 4, 60329 Frankfurt am Main
www.vroom-service.de

E-MAIL: truecolours@vroom-service.de

CHEFREDAKTION: Markus Emrich (ViSdP)
ART DIRECTION: Judith Augustin
LEKTORAT: Ines Streu

MITARBEITER DIESER AUSGABE:
Heidi Schmitt, Michael Freund, Wolfgang Klotz, Renata Thoma, Markus Emrich, Nico Ubenauf

Gedruckt auf Circlematt White Bilderdruck, ausgezeichnet mit dem Blauen Umweltengel.

klimaneutral

EIN GEREGELTES LEBEN

Regeln sind nützlich, sofern sie nicht zum Dogma werden



Was immer es ist – wir regeln es

Wenn Sie unsere leidenschaftliche Titelstory zur Nike NFL Präsentation gelesen haben, dann wissen Sie, dass wir gelegentlich tief in Projekte eintauchen und dabei Tag und Nacht vergessen. Wir vergessen sogar, dass wir Vitamine, eine Waldpilzsuppe oder ein 72-Stunden Deo brauchen könnten. Stattdessen merken wir uns dann, dass sich in der *Offense* beim *snap* nur der *man in motion* im *backfield* bewegen darf, damit es keine *illegal motion* ist. Mit den Regeln zum American Football kennen wir uns jetzt aus. Perfekt. So in etwa. Naja, grob.

Eine Regel, sagt der Duden, ist „eine aus bestimmten Regelmäßigkeiten abgeleitete, aus Erfahrungen und Erkenntnissen gewonnene, in Übereinkunft festgelegte, für einen bestimmten Bereich als verbindlich geltende Richtlinie." Wir würden es kürzer sagen: Regeln sind etwas Feines. Es sei denn, man folgt ihnen blind. Und fängt an, alles so zu machen, wie man es schon immer gemacht hat – weil man es schon immer so gemacht hat. Eine Regel zu brechen kann Kreativität freisetzen und Unmögliches möglich machen. Das sagen zumindest alle, die keine Kommas mehr setzen wollen. Sie könnten Recht haben (wenn auch nicht in Bezug auf die Kommas). Manchmal stoßen wir auf ganz neue Situationen, für die es noch gar keine Regeln gibt. Dann grübeln wir und machen. Und wenn das Projekt beendet ist, stellen wir fest, dass wir gerade eine neue Regel erfunden haben. So viel Flexibilität muss sein.
Vielleicht sollten wir unsere Regeln mal nach jemandem benennen. Wie die Scheimpflugsche Regel nach dem Kartographen Theodor Scheimpflug (1865-1911). Oder die beliebte, immer wieder spannende Woodward-Hoffmann-Regel (Bei konzertiert verlaufenden Reaktionen bleibt die Orbitalsymmetrie erhalten). Namenlose Regeln sind dagegen oft nicht so hilfreich, wie man sehr schön an Bauernregeln erkennen kann. Sätze wie „Muht die Kuh laut im Getreide, war ein Loch im Zaun der Weide" sind mitnichten zur besseren Orientierung im Leben geeignet. Keine Regeln verfolgen uns aber so sehr wie Erfolgsregeln. Je nach dem, wen man fragt, gibt es 6 (Arnold Schwarzenegger), 7 (BILD-Zeitung), 10 (Computerwoche) oder 100 Regeln für Erfolg (Stress-Manager R. Carlson). Wir halten uns da viel lieber an zwei. Erstens: Vergiss alle Erfolgsregeln. Zweitens: Haben wir vergessen. In diesem Sinne würden wir uns sehr freuen, wenn Sie ganz regelkonform mit uns anstoßen. Auf die zurückliegenden Erfolge und auf die, die wir gemeinsam mit Ihnen haben werden. Das passende Accessoire finden Sie dieser TRUE COLOURS beigelegt. Getreu der alten Football-Regel: Nur ein gekühltes Getränk ist ein gutes Getränk.
hs