satis&fy

02/13

# TRUE COLOURS

## Red-hot and Rockin'

Durch den Sommer mit s&f

Through the Summer with s&f

## Interview: Live Entertainment Experts

Zwei Insider über das Tourneegeschäft

Two Insiders' Takes on the Touring Life

## satis&fy Experience:

Portland Pulls Out All the Stops

Photo: Günter Pfannmüller

+++ Plus Colour-me-satisfied Pencil Set +++

# EDITORIAL



**„Rock'n'Roll ist wie Gala ohne Aufbautag." Diese wunderbare Crew-Weisheit aus dem Tourbus haben wir zum Anlass genommen, uns in dieser Ausgabe näher mit dem Thema zu befassen. Da der Begriff Rock'n'Roll längst nicht mehr das breite Spektrum der Auftritte abdeckt, heißt die Sparte bei uns Live-Entertainment. Auch „Gala" kommt mittlerweile etwas staubig daher. Die Gleichung muss darum „Live-Entertainment ist wie Corporate ohne Aufbautag" lauten.**
**Gerade bei Corporate-Events sind die Ansprüche an das Finish oft anders. Der viel nähere Kontakt der Besucher zum Objekt, verbunden mit dem Wunsch, die Marke perfekt zu inszenieren, verlangt nach noch mehr Detailfinesse. Beim Live-Entertainment hingegen kommt es darauf an, magische Momente zu inszenieren – auch für die Besucher ganz hinten. Technische Perfektion ist in beiden Disziplinen ein Muss.**
**Schöne Beispiele für Corporate (Gogo, GAD) sowie Live-Entertainment (Joe Cocker, Mayday, Rock am Ring) veranschaulichen in dieser TRUE COLOURS den Unterschied. Und weil die Anforderungen so verschieden sind, haben wir die Bereiche bei satis&fy klar getrennt. Dennoch profitieren beide Welten von den Erfahrungen der jeweils anderen. Das gibt uns die Chance, mit frischen Ideen neue Akzente zu setzen.**

**"Rock 'n' roll is like a black-tie event without a setup day." We took this little nugget of crew wisdom as an inspiration to look closer at life on the road in this issue of True Colours. The term rock 'n' roll doesn't cover the full spectrum of gigs we support, which is why we call our touring division Live Entertainment. And 'black-tie event' seems a bit dated, so a more apt adage for our purposes would surely be this: "Live entertainment is like a corporate event without a setup day."**
**Corporate events are often more demanding when it comes to stylish sets. People are much closer to the action; companies want the perfect showcase for their brand. They require a touch more finesse. Live entertainment, in turn, is all about conjuring magic moments that captivate even those in the back row. Consummate technical excellence is a must for both. A few striking examples of corporate (Gogo, GAD) and live entertainment (Joe Cocker, Mayday, Rock am Ring) gigs in this issue of True Colours illustrate the differences. satis&fy split these services into two divisions because the requirements are so different. But even if they are poles apart, each benefits from the other's experience. And that sparks new ideas that drive us to do things that haven't been done before.**

**Ihr**
Yours

**Nico Ubenauf**

# TICKER

Crystal oder Koks? Nö. Für ne richtig coole Rave-Party reichen Washlights, Colorspots und LEDs in rauen Mengen. Speed haben s&f-Projektleiter Heiner Schiemann samt Kollegen eh. Damit hängten sie noch die Letzten der 10.000 Mayday-Raver ab, die frühmorgens die Dortmunder Westfalenhalle verließen. Bis zum Abend faltete die Crew im Rave-Tempo das gesamte Licht-, Ton- und Video-Equipment wieder zusammen. Material für zwei von fünf Event-Floors der größten deutschen Indoor-Rave-Fete – alles ab in die Kisten! Schade vor allem für das Stagedesign: 24 weiße 3D-Textilwaben aus Stretchstoff plus circa 20 Waben, die Bühne und Decke abhingen. Fett aufgespielt hatten übrigens u.a. Sven Väth und Len Faki. +++ Superlativ auch in Stuttgart. Eine riesige LED-Leinwand verwandelte die Porsche Arena in einen Public Viewing Circus. 20,5m x 6,4m groß hing der Mega-Bildschirm direkt über der Nordtribüne – größer als ein halber Tennisplatz. Nur gut, dass die Spieler beim Porsche Tennis Grand Prix Seitenwechsel praktizieren. So konnte sich jeder Akteur per Leinwand einmal selbst beim Spielen zuschauen. Mei, sind halt doch gerne mal selbstverliebt so Stars, oder? +++ Es ist ein Triumph über die Gesetze des Marktes, dass es diese Maschinen überhaupt noch gibt. 111 Jahre alt und damit der älteste noch produzierende Motorradhersteller der Welt: Triumph! Helm ab! Und wir sind seit sechs Jahren bei den Triumph Messeauftritten dabei. Warum? Weil wir mitfühlen mit den Klassikern der Landstraße. Der englische Hersteller ist auf den Bau hochwertiger Zwei- und Dreizylinder-Motorräder spezialisiert. Die satis&fy-Projektleiter Jörn Busch und Philip Reher schenkten den charakterstarken Maschinen eine angemessene Messehallen-Umgebung: einen Monolith, um den sich vier Motorrad-Inseln auf 13m x 13m Standfläche in Laminatoptik gruppierten sowie 20 Plexiglasständer, Glasvitrinen, Licht, Rigging und Video. Das alles transportierte den Sound der Zwei- und Dreizylinder-Symphonie. Eine triumphale Messetour von Hamburg über Leipzig, Dortmund und München bis nach Tulln in Österreich. *mf*

+++


Photo: Ralph Larmann

s&f-Feeling: Rave-Party in Dortmund
s&f stages a raucous rave in Dortmund

Crystal? Coke? Nope. Washlights, colorspots and LEDs galore are all it takes for a trippy rave party. And with s&f project leader Heiner Schiemann and the crew's energy levels, there's no need for speed. They outlasted the hard core of 10,000 May-Day ravers that left the Dortmund Westfalenhalle at dawn. By dusk, the crew, hustling like manic dancers, had boxed up all audio-visual and lighting gear for two of the five event floors at Germany's biggest indoor rave. The party was over, and parting was such sweet sorrow when the striking set came down: 24 white 3D honeycombs made of stretch material, plus another 20 flown honeycombs covering the stage and ceiling. Spin doctors Sven Väth and Len Faki DJed the event. +++ satis&fy stacked up another superlative at Stuttgart: An enormous LED screen transformed the Porsche Arena into a public viewing circus. Larger than half a tennis court, the 20.5x6.4m mega screen hovered just above the north grandstand. Players changed ends like at every tournament. But at the Porsche Tennis Grand Prix, they could see themselves in action much larger than life on that monster display. Stars of the big screen, indeed. +++ It's a triumph over the laws of the market that these bikes are still being built. 111 years on, Triumph is the oldest surviving motorcycle manufacturer. We'll tip our hats – or helmets – to that. We've been rolling with Triumph at fairs for six years. Why? Because we have a thing for classic road racers. And the spectacular machines built today by the English specialty manufacturer are sure to be tomorrow's classics. s&f project leaders Jörn Busch and Philipp Reher crafted a fitting showcase for these beautiful bikes – a monolith on a 13x13m platform with faux laminate flooring, surrounded by four islands for the bikes, 20 Plexiglas stands, glass showcases, lighting, rigging and video gear. All this was orchestrated to render a moving two- and three-cylinder symphony. And the tour of fairs in Hamburg, Leipzig, Dortmund, Munich and Tulln, Austria, was equally triumphant. *mf*

# MIT WLAN AUFS COVER



Photo: Gogo

Richtig coole s&f-Flugnummer: Aircraft Interiors Expo in Hamburg
s&f soars with a lofty stand at Hamburg's Aircraft Interiors Expo

Wi-Fi – 10.000m über dem Meer! Die Firma Gogo verspricht einen heißen W-LAN-Draht bis hinunter zur Erde. Mit Erfolg. Weltweit hat die US-Firma 6000 Flugzeuge mit Surf-Technik ausgestattet, um auch über den Wolken ins Internet abzutauchen, ohne wegen technischer Turbulenzen abzustürzen. Und sie will noch mehr. Deshalb bekam satis&fy-Projektleiter Dominik Piorr im Hamburger Produktionsbüro über die US-Kommunikationsagentur Ignition nun einen Link zu Gogo: Ein Messestand, den der Business-Leader in Flight Connectivity bereits in den USA eingesetzt hatte, sollte an den Messestandorten Dubai und Hamburg noch mehr Reichweite erzielen – mit kühlerer, aber überzeugender Optik und noch besserer Technik. Dominik: „Das bedeutete für uns vor allem zeitlich eine große Herausforderung." Schon für Dubai setzte Dominik auf Holz statt auf Kunststoff. Plastik raus, Nachhaltigkeit rein. Die Wände, aber auch der neue Boden, der das gesamte Set um zehn Zentimeter liftete, sind aus dem Bio-Rohstoff. Erster Nebeneffekt: Die Kabel verschwanden elegant in der Versenkung. Zweiter Nebeneffekt: In Dubai glänzte der schicke Stand unter den Mitbewerbern – auch wegen des phänomenalen Lichtriggs. Es ersetzte das diffuse Dämmerlicht der Messehallen-Funzeln. Auch am Wi-Fi-Himmel über der Aircraft Interiors Expo in Hamburg hinterließ Gogo deutliche Kondensstreifen. Ein Grund: Dominik und seine Leute setzten die Änderungswünsche der neuen Gogo-Kreativdirektion in Schallgeschwindigkeit um. Kurz vor dem Gogo-Messe-Go kaschierten die Kollegen noch die dunkle Front des bereits in den USA eingesetzten Meeting-Raums mit weißer Folie, sodass er innen wie außen in reinstem Flugzeug-Weiß erstrahlte. Und dann noch ein richtig gewagtes Flugmanöver: Ein kunstvoller U-Turn des gesamten Aufbaus, eine Drehung um 180 Grad in Blickrichtung Ausgang. Das ging an die Grenzen des technisch Erlaubten und musste deshalb von den Fluglotsen der Hamburger Messedirektion abgenommen werden. Drohten nun doch noch Turbulenzen? Kaum. Denn wozu gibt es „Flugbegleiterinnen"? Die zauberhafte Lannhi Nguyen, Brand Director bei Ignition, lächelte etwaige Unwägbarkeiten einfach weg: „Eine wunderbare Zusammenarbeit mit ihr und der Agentur", schwärmte Dominik. In Sonderschichten lokalisierte das Team alle Luftlöcher auf der Flugroute und beseitigte sie. Der Messestand überzeugte und landete zielgenau auf dem Cover der Messezeitung.
*mf*

# ON THE COVER WITH IN-FLIGHT WI-FI

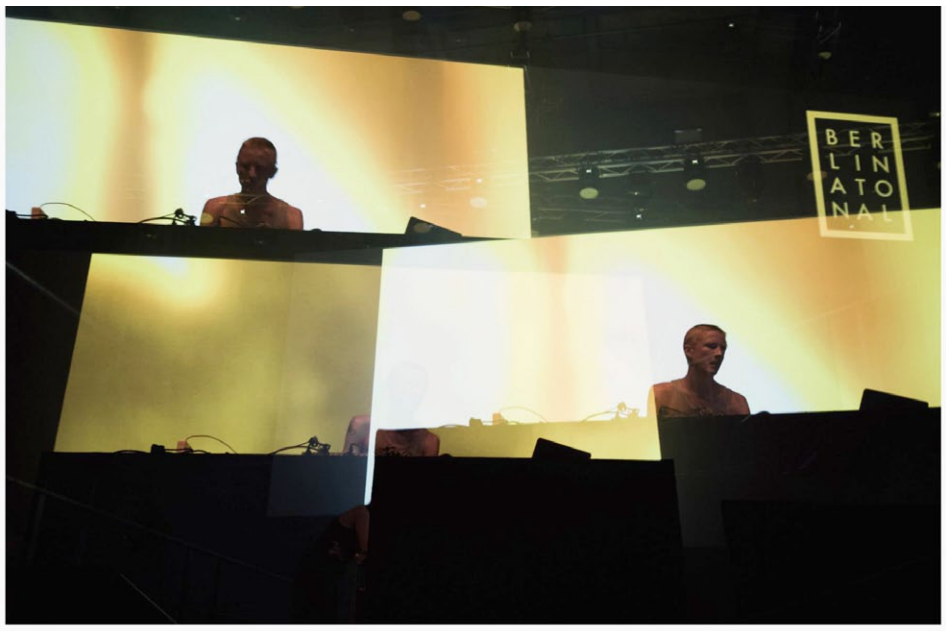
Connectivity at 30,000 feet? Yes, indeed. Gogo provides hot WLAN links all the way down to terra firma. After taming the technical turbulence that could cause in-flight Wi-Fi to crash, the US firm installed its technology in 6,000 aircraft. Passengers can now surf the web high above the clouds. The company is aiming even higher, or at least further. The US marketing agency Ignition recently called on satis&fy project leader Dominik Piorr at the Hamburg office on the firm's behalf. In a bid to expand its offshore footprint, the business leader in flight connectivity sought to deploy its US exhibition booth to fairs in Dubai and Hamburg. Only this time out it would have to feature a hipper look, with even cooler visuals and hotter technology. "This was a big challenge with the deadline approaching so fast," says Dominik. Eco-minded Mr. Piorr decided to go with wood rather than plastic even though the Dubai show was just around the corner. Green is the way to go: if not at the speed of sound, then at least with remarkable velocity. The new walls and floor that elevated the entire set by ten centimeters were all organic. Fringe benefit no. 1: The cables took the stealth route, disappearing under the stylish set's floorboards. Fringe benefit no. 2: The classy stand – pardon the pun – stood out from the competition at Dubai. The phenomenal lighting rig certainly made the booth shine despite the exhibition hall's dim lighting. Gogo's showcase left the biggest contrail on the skyline over Hamburg's Aircraft Interiors Expo. Dominik's crew pushed the envelope, putting the new Gogo creative director's change requests into practice – if not at the speed of sound, at least with remarkable velocity. Gogo gave the go-ahead for the crew to mask the dark front of the meeting room used in the USA with white foil. The stand gleamed inside and out in the virgin white of an aircraft on its maiden voyage. A risky aerobatic maneuver followed. The entire set executed a horizontal Immelmann turn, looping 180 degrees to face the exit. The Hamburg fair's air traffic controllers grudgingly approved this daredevil stunt. It was all smooth cruising after that. The enchanting Lannhi Nguyen, Brand Director at Ignition, simply smiled the tension away. "She and the agency were a joy to work with," gushes Dominik. The team put in the overtime, handling the occasional air pocket with aplomb. The stand was a rousing success; it even made a pinpoint landing on the cover of the fair magazine. *mf*

# BERLIN ATONAL

Als Arnold Schönberg vor rund hundert Jahren den Begriff Atonale Musik ins Spiel brachte, hatten ihm Klänge von der Art, wie sie etwa der Perkussionist Z'EV produziert, wohl nicht in erster Linie vorgeschwebt. Der auf Schlagzeugteilen, Gongs, aber auch Alltagsgegenständen trommelnde Rhythmiker bildete gemeinsam mit Frieder Butzmann das personelle Bindeglied zwischen Berlin Atonal der Achtziger Jahre und der Wiedergeburt dieses legendären Festivals in diesem Sommer. 1982 und 83 kündeten dort Bands wie Einstürzende Neubauten und Psychic TV von einem rauen musikalischen Aufbruch zwischen Industrial und Punk. In diesem Jahr war das musikalische Spektrum zeitgemäß breiter aufgestellt.

Im Frühsommer gingen die ersten Meldungen durch die Stadt, Berlin Atonal werde zu neuem Leben erweckt; für satis&fy war schnell klar: Da wollen wir dabei sein. Die Location für das Festival tat ein Übriges, um diesen Wunsch zu befeuern: Das Kraftwerk Berlin ist seit Jahren einer der ungewöhnlichsten und spannendsten Orte der Stadt für Events und Musik. Das in den Sechziger Jahren in Mitte errichtete Heizkraftwerk beeindruckt durch seine Größe und die einzigartige Atmosphäre – eine Kathedrale der Energieversorgung.

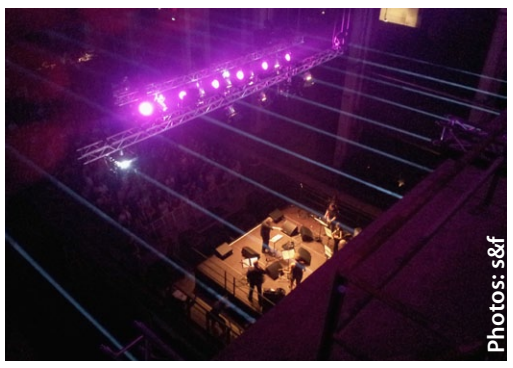
Um den Transport von Energie, musikalischer Energie in diesem Fall, ging es auch bei der technischen Umsetzung der Festival-Idee. Wie schafft man in einem Ort dieser Größe und mit einer Architektur ausschließlich aus Beton und Stahl einen Klang, der jede der sehr unterschiedlichen Klangkonzepte in ihrer Einzigartigkeit adäquat wiedergibt? Dabei musste der Raum akustisch konzentriert und ein transparenter und gleichzeitig wuchtiger Klang realisiert werden. Wie muss ein Lichtdesign gestaltet werden, das sowohl den Ort als auch die Musik unterstützt und die Besonderheiten herausarbeitet? Wir waren angefixt und begannen zu planen.




Das Berlin Atonal erwacht nach 23 Jahren zu neuem Leben
The revival of the Berlin Atonal after 23 years

Der Austausch mit den Machern des Festivals war uns eine große Hilfe. Dimitri Hegemann, der am gleichen Ort den Tresor-Club betreibt und bereits einmal das Atonal-Festival aus der Taufe gehoben hatte, war auch bei der Neuauflage der Macher, dieses Mal in Kooperation mit jungen Kuratoren, die dem Festival ein sehr zeitgemäßes Line-Up verpassten. Beginnend mit Frieder Butzmanns sehr beschwingtem Vortrag von Kurt Schwitters Ursonate, einem der grundlegenden Texte dadaistischer Lautpoesie, wurde ein Bogen geschlagen, der Ensembles wie jenes des Gitarristen Glenn Branca und des Jazzmusikers Jon Hassel ebenso wie Dub-Techno von Juan Atkins & Moritz von Oswald umfasste. Unser technischer Ansatz, der von der Idee des Weniger-Ist-Mehr ausging und auf höchste Klang- und Lichtqualität statt schierer Quantität setzte, ging voll auf. Mit dem Eigenlob ist es ja so eine Sache, aber wir schämen uns nicht zu sagen: Wir waren ergriffen, wie toll solch ein Ort klingen kann. An sechs Festivaltagen kamen über 6000 Gäste zu einem ähnlichen Eindruck, und so blieb es nicht beim Eigenlob.

Das größte Lob war die Reaktion der Hallenbetreiber – seit kurzem sind wir Preferred Partner des Kraftwerks Berlin für die technische und gestalterische Umsetzung für Veranstaltungen aller Art. Wir erweitern damit das Portfolio von uns betreuter Locations in der Hauptstadt und sind darauf sehr stolz. Go for it! *ub*




Ganz andere Dimensionen durch Licht und Sound
Light and sound create completely new dimensions

# BERLIN ATONAL

It wasn't music of the kind the percussionist Z'Ev is producing that Arnold Schönberg envisioned roughly a hundred years ago when bringing into play the notion of atonal music. As a rythmist beating parts of a drum kit, drumming on gongs and everyday objects as well, together with Frieder Butzmann, he became the personnel link between the Berlin Atonal of the 80s and the reincarnation of the legendary festival this summer. In 1982 and 83 bands such as the Einstürzende Neubauten and Psychic TV announced the harsh musical breakup inside industrial music and punk. This year the musical spectrum was suitably diversified.

In early summer, when first announcements spread the city that the Berlin Atonal was to be relaunched, it quickly became clear to satis&fy that it wanted to be part of it. The chosen location for the festival further incited that wish. Since years, the Berlin Kraftwerk has been one of the most exceptional and inspiring locations the city has to offer for events and music. Built in the 60s, this former thermal power station strikes by its size and unique atmosphere; a cathedral for power supply.

It was the transport of energy, more precisely musical energy in this case, which determined the technical realisation of the festival. In a location of that size and atmosphere, made of pure concrete and steel, how does one create a sound that manages to adequately perform each one of the extremely diverse and unique sound concepts? The space would need to be acoustically concentrated and a transparent, at the same time powerful sound would have to be realised. How would one create a lighting concept capable of not only promoting the location and the music but also of putting emphasis on the peculiarities of the latter? Well, we were hooked and immediately began the planning.



Zum Festival-Auftakt – Frieder Butzmann performt Kurt Schwitters Ursonate
Opening act of the festival: Frieder Butzmann performing Kurt Schwitters' Ursonate



Höchste Qualität durch satis&fy-Technik
Utmost quality thanks to satis&fy technology

The exchange with the organisers of the festival was a big help. Dimitri Hegemann who in the same location runs the Tresor-Club and at the time had already launched the Atonal festival also was to be the organiser of the relaunch. This time in cooperation with young curators who were to provide the festival with an up-to-date line-up. Beginning with Frieder Butzmann's high spirited recitation of Kurt Schwitters' Ursonate, a fundamental text of the Dadaist sound poetry, the artistic content ranged from Ensembles such as the guitarist Glenn Branca, the Jazz musician Jon Hassel to the Dub-Techno from Juan Atkins & Moritz von Oswald.

Our technical approach based on the idea of less is more, neglecting mere quantity for the benefit of utmost sound and light quality proved successful.Without wanting to blow our own trumpet, we are happy to declare our amazement in face of how wonderful a place like this could sound. On six festival days more than 6,000 guests were likewise amazed. Thus, no need for the trumpet. The biggest compliment was the location managers' reaction. Recently, we became the preferred partner of the Berlin Kraftwerk for the technical and conceptual realisation of events of all sorts. Consequently, we are expanding our portfolio of locations in the capital that are provided with our services. Unnecessary to mention the pride we take in this. Go for it! *ub*

# SPONSO-RING



**Wir von satis&fy nutzen unser Knowhow 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**

**At satis&fy, we put our skills and materials to work in support of worthwhile initiatives. This is a small but meaningful contribution to our sustainability management efforts. To learn more about how we live up to our ecological and social responsibility, visit: http://showgreen.satis-fy.com**



## FRANKFURTER FAMILIENSPORTFEST

**Am 15. Juni hatten alle Frankfurter Sportvereine die Möglichkeit, sich beim FamilienSportFest auf der Galopprennbahn zu präsentieren. Unter dem Motto „Frankfurt aktiv erleben" konnten Familien alle möglichen Sportarten ausprobieren sowie mit Zumba, Schnuppertauchen im Tauchcontainer oder American Football jede Menge Spaß haben. Ein Rahmenprogramm mit verschiedenen Aufführungen und gesundem Essen rundeten das Ganze ab. Während die Besucher neue Hobbys entdeckten, um ihren Alltag aktiver zu gestalten, stattete satis&fy das Event mit einer vier mal sechs Meter großen Bühne aus, die von den Azubis Patrick Link, Dennis Fraizer und Nicole Alonso Hausmann aufgebaut wurde. Als Dankeschön für die Unterstützung überraschte der Frankfurter Rennklub mit einem nach satis&fy benannten Pferderennen. Die s&f-Kollegin Renata Thoma hatte zwei Wochen später das Vergnügen, den Siegerpokal an Jockey Jan Palik zu überreichen, der das Rennen über eine Distanz von 1600 Metern mit seinem Pferd Gold Prize gewann.** *me*

## FRANKFURT FAMILY SPORTS FESTIVAL

*The Family Sports Festival held at the city's horse racing course on June 15 afforded all Frankfurt-based sports clubs the opportunity to present themselves. In keeping with the spirit of the event's motto Experience Frankfurt Actively, families flocked to the grounds to try out fun activities such as Zumba, scuba diving in a container and American football. A variety of performances were on the agenda and healthy food on the menu. While visitors were busy exploring pastimes that would inspire them to enjoy a more active lifestyle, satis&fy went about staging the show. A crew of trainees Patrick Link, Dennis Fraizer and Nicole Alonso Hausmann set up the 4x6m stage. Frankfurt's horse racing club had a surprise in store for satis&fy – a steed named after the company as a token of gratitude for its support. Two weeks later s&f's own Renata Thoma had the pleasure of presenting the winner's trophy to jockey Jan Palik, who rode his mount Gold Prize to first place in the 1,600m race.* *me*

Photo: www.familiensportfest.de

Cocker Europa-Tournee 2013




Das Bühnenbild mit seinen Retrolampen gibt Raum für Präsenz / The set's retro lamps left plenty of room for the band to shine

# SOUND FÜR DEN „CIVILIZED MAN"

Kennen Sie Woodstock? Erinnern Sie sich gar? Er war einer der Headliner bei dem monumentalen Festival 1969 und begeisterte 500.000 Menschen mit seinem legendären Auftritt: Joe Cocker. Aktuell tourt er durch Europas Hallen. Mit dabei drei satis&fyler, die der Röhre des Rock-Veteranen ordentlich Gehör verschaffen. Und innerhalb der Crew mit zur „family" zählen.

Eine Woche Proben und 32 Termine in nur 60 Tagen – trotzdem ist Arnd Wagner tiefenentspannt. „Wir haben in Nizza geübt", sagt er und grinst. „Drei-Sterne-Wetter und Drei-Sterne-Catering inklusive." Hier war auch Auftakt der „Fire It Up"-Tour, Finale dann am 28. Mai in Warschau. Dazwischen liegen viele Kilometer und Auf- und Abbauten, weshalb das s&f-Equipment kompakt in Cases verpackt, vormontiert und vorverkabelt ist. Eigentlich fehlen nur die externen Anschlüsse.

Arnd ist als Systemingenieur für die Beschallung der Hallen zuständig, und jede hat ihren eigenen Reiz. Zum Beispiel Acrylglas-Balustraden an den hinteren Rängen. Die Lösung, die zuvor daheim bei satis&fy anhand von 3D-Modellierungen der Venues entstand: die Abstrahlwinkel der Frontline-Arrays absenken und hinten Delay-Lines unterhalb der abrollfähigen Rundum-Vorhänge fliegen. Simuliert, getan. Bei Woodstock hätte man so etwas sicher auch gerne gehabt. Die Delay-Technik – verzögerte Klangwiedergabe an den hinteren Lautsprechersystemen, damit es keine Überlagerungen mit der Frontline gibt – war damals noch nicht erfunden. Entsprechend das Sounderlebnis ganz hinten am Zaun.

Bei Cocker werden die Töne analog mit Mikrofonen, Pickups usw. erfasst und analog über die PA wiedergegeben. Alles dazwischen wird digital gefahren, eine Besonderheit, die vorab minutiös geplant und technisch umgesetzt wurde, unter anderem mit 96-KHz-Glasfasernetz und Dante-Übertragungsprotokoll.

Das Auf- und Abbaupersonal macht einen rundum relaxten und gut gelaunten Eindruck. Wenngleich unterschiedlichen Crews zugehörig, kennen sich die meisten seit Jahren, weil sie immer wieder gerne die Cocker-Tour buchen. Die Nationalitäten sind bunt gestreut: Engländer, Amerikaner, Kanadier, Iren, Franzosen, Tschechen, Deutsche. Systematisch wird teamübergreifend ausgeholfen, weil's dann einfach reibungsloser geht. Und schneller. Für „bitte" und „thank you" ist trotzdem immer Zeit.

Herr im Front-of-House am Pult in der Mitte der Halle ist seit 2005 der Amerikaner Bruce Jones. Er kann sich nicht erinnern, nach der High-School jemals etwas anderes gemacht zu haben, als Sound zu mixen, und blickt auf zehn Jahre Santana, elf Jahre Counting Crows und mehrere R.E.M.-Gigs zurück. Vom deutschen Publikum weiß er, wie anspruchsvoll es ist. Da kriegt man immer gleich Feedback. „And that's good", sagt er. Auch er weiß die Atmosphäre im Team zu schätzen. Die Tour sei „very popular among road people, we laugh a lot". Arnd und seine Jungs sind zum dritten Mal dabei. Die habe man explizit über Mad Dog Touring, Inc. angefordert, erzählt Bruce, wegen des „brilliant job", den sie machen.

Am Monitor-Pult direkt an der Bühne sitzt Stefan Hüser, zugleich für die Bühnentechnik zuständig. Auf der Bühne sieht man allerdings nur zwei „normale" Monitore, die meisten Künstler und Musiker bevorzugen heute In-Ears, Kopfhörer im Ohr. Nicht so Cocker. Er hält es lieber wie damals in Woodstock und will zudem nicht zu viel Bass auf der Bühne hören. Auch Stefan berichtet von Besonderheiten: „Die Cocker-Crew lässt uns und auch die diversen Vorgruppen die Pulte und das Equipment mitbenutzen. Das ist ebenso außergewöhnlich wie praktisch." Damit es nicht zu einfach wird, muss die Backline – der Teil des Verstärkersystems, der von den Musikern direkt auf der Bühne eingesetzt wird – doppelt ausgelegt werden: 110 und 230 Volt.

Stefan Schneider schwebt als PA-verantwortlicher System-Techniker von satis&fy über den Dingen. Er arbeitet mit dem Master-Rigger und den lokalen Riggern zusammen, damit die zum Teil tonnenschweren Arrays den Beschallungsanforderungen wie Ausrichtung und Winkel entsprechen und in luftigen Höhen sicher ihren Job tun.

Keine drei Stunden nach Aufbaubeginn ist mit Unterstützung der „local hands" der Drops auch schon gelutscht. Alles steht, hängt, liegt, funktioniert, wie es soll. Auch die Teppiche auf der Bühne sind ausgerollt. Der Meister, Anfang des Jahres mit der Goldenen Kamera für sein Lebenswerk ausgezeichnet, kann kommen. Fire it up, Joe!

*wk*

Joe Cocker's 2013 European Tour

# SWEET SOUND FOR A CIVILIZED MAN

You may have heard of Woodstock. You may even remember it. Joe Cocker, one of the epic 1969 festival's headliners, was there to wow 500,000 people with a legendary performance. He's still going strong and currently touring Europe's halls. Three satis&fy crew members joined the entourage to make sure the Sheffield steel in the veteran soul shouter's voice comes across loud and clear.

A week of rehearsals and 32 gigs in just 60 days may seem daunting, but Arnd Wagner couldn't be more unperturbed. "We rehearsed in Nice," he says, grinning with glee, "in stellar weather with stellar catering." Nice also hosted the opening gig of the Fire It Up tour, which wrapped up on May 28 in Warsaw. There were many miles of hard road and 32 occasions to set up and tear down equipment between the two venues. This is why s&f pre-assembled, installed and wired its gear in compact cases, giving the crew a convenient, plug-and-play rig to gig with.

As the engineer responsible for the front of house sound, Arnd knows each hall has its unique 'charms,' for example, acrylic balustrades lining the back balconies. But the satis&fy crew had come prepared after modeling the venues in 3D back at home. They angled front line arrays down a tad and flew delay lines below the curtains at the back. The solution was no sooner simulated than done. The folks at Woodstock would surely have loved to have a delay line that stops sound from the rear and front speaker systems from overlapping, but it hadn't been invented yet. The sonic image at the back by the fence must have been positively psychedelic.

The Cocker show is special in that all sounds are captured with analog microphones, pickups and so forth, and rendered in analog mode by the PA. All signal routing in between is digital. This ultra complex, digital signal processing loop required painstaking planning and execution with state-of the-art gear such as a 96-KHz optical fiber network as well as the Dante communication protocol.

The various crews all seem so relaxed and in such infectious good humor that they would have fit in well with Woodstock. They may work in different groups, but most have come to know each other well over the years because Joe Cocker's tours are a perennial crew magnet. The nationalities are diverse with Brits, Americans, Canadians, Irish, French, Czechs, and Germans on board. Things go smoother and get done faster with a helping hand, which is easily and frequently proffered regardless of crew affiliation. And there's always time enough for please and thank you.

As the engineer responsible for the front-of-house sound,Bruce Jones, an American, has been manning front-of-house desks since 2005. He can't recall doing anything else but mixing sound since leaving high school. He has ten years with Santana, eleven with the Counting Crows and lots of R.E.M. gigs to his credit. He says German audiences are particularly discerning, and quick to offer feedback. "And that's good," he adds. He also values the team vibe, stating that the tour is "very popular among road people; we laugh a lot." This is the third outing for Arnd and his cohorts. As Bruce tells it, Mad Dog Touring, Inc. expressly requested them for the "brilliant job" that they do. Stefan Hüser is at the monitor desk adjacent to the stage. He's also responsible for the stage equipment. There are just two lonesome wedges on the floor. Today most artists and musicians prefer in-ear headphones, but not Cocker. He likes his monitoring the way it was at Woodstock and doesn't want to hear too much bass on stage. Stefan agrees that the Cocker crew is special, "They share the desks and equipment with us and the various opening acts. This is as unusual as it is practical." But some challenges remain: The backline – that this, the amps used by musicians on stage – requires two power feeds with 110 and 230 volts.

Stefan Schneider's job is a loftier proposition. The satis&fy PA technician works with the master rigger and local riggers to ensure arrays, which can weigh tons, are properly aligned, aimed and angled at soaring heights to get the job done right.

The set is up in less than three hours after the crew ramps up the gear. The local hands are a big help in getting all the gear in place and working where and as it should. The carpets on stage are rolled out. Everything is ready for the master, who was awarded a Golden Camera (an annual German film and television award) early in the year for his life's work. Fire it up, Joe! *wk*



Er kann's immer noch: Joe Cocker and friends
Still got the goods: Joe Cocker and friends




Photo: satis&fy

Glänzende Bühne zum 50jährigen Jubiläum
A sparkling stage for a 50th anniversary

# VOLL BOCK!

Feiern, bis satis&fy kommt! Als die Sattelzüge anrollen, ist es vier Uhr früh. Solange haben es die Abiturienten krachen lassen. (Herzlichen Glückwunsch zum Abi!) Zurück bleiben etwas stickige Luft und ein wahnsinnig enges Zeitfenster: ganze 16 Stunden. Vor der Tür stehen vier Trailer voll mit Ton, Licht, Video und Deko für die fast 500m² Szenenfläche im Messe und Congress Centrum Halle Münsterland. Dort treffen sich mehr oder weniger direkt nach dem Abiball die Eigentümer des IT-Dienstleisters GAD (VR-Gruppe) nebst zahlreichen Gästen zur jährlichen Generalversammlung, zum Jubiläum „50 Jahre GAD“ und zur ebenfalls von s&f ausgestatteten Fachmesse „GAD Forum“.
Noch was Bemerkenswertes? Ja. Denn diese Veranstaltung steht exemplarisch für alle Events, die zeitlich extrem eng kalkuliert sind. Ebenso exemplarisch ist die Planungsstrategie von s&f-Projektleiter Dirk Holzhäuser-Herz: „So was geht nur mit einer rigorosen Bauzeitenplanung.“ Dirk ruft vorab alle Gewerke der Location, der Agentur und des Endkunden zum gemeinsamen Gespräch: „Dabei erkennen wir sofort, wos hakt. Und wenn´s hakt, setzen wir an und finden Lösungen, bis der Zeitplan steht.“

**Unabdingbar**:
- Teile vorfertigen, um sie später direkt vor Ort einzufügen.
- Ständig Kontakt halten mit allen Gewerkeleitern!
- Fehler und Nachlässigkeiten vermeiden!

Dirk setzt zudem auf persönliches Briefing und Selbstverantwortung: „Was will ich eigentlich, was die Firma, was der Kunde?“ Der Projektleiter hat über die Jahre Testfragen entwickelt. „Damit checken wir uns gegenseitig ab und kitzeln jedes – auch das kleinste – Problem raus!“ Letztes unentbehrliches Kriterium für eine erfolgreiche Veranstaltung: „Du musst absolut Bock drauf haben!“ *mf*

# TOTALLY UP FOR IT!

Party ‘till satis&fy shows: It was 4 a.m. when the trucks rolled up to the Messe und Congress Centrum Halle Münsterland. The class of ’13 reveled until the wee hours, leaving behind the smell of teen spirit and a preposterously tight time frame of just 16 hours. Just beyond the doors were four trailers brimming with audio-visual gear, lighting and props for the 500m² venue where GAD, the VR Group’s IT service provider, and a large number of guests met just hours after the graduation bash. They came to hold the firm’s annual general meeting, celebrate its 50th anniversary and attend the GAD Forum, a concurrent trade fair also staged by s&f.
What was special about this event is that it exemplifies satis&fy’s ability to operate on a very tight schedule. satis&fy project leader Dirk Holzhäuser-Herz’s strategy is equally exemplary: “The production has to be rigorously timed.”
Dirk first gets all the crews from the location, agency and client together for a talk: “That way we can instantly spot any snags. And if there are any holdups, we’ll negotiate until the schedule stands.”

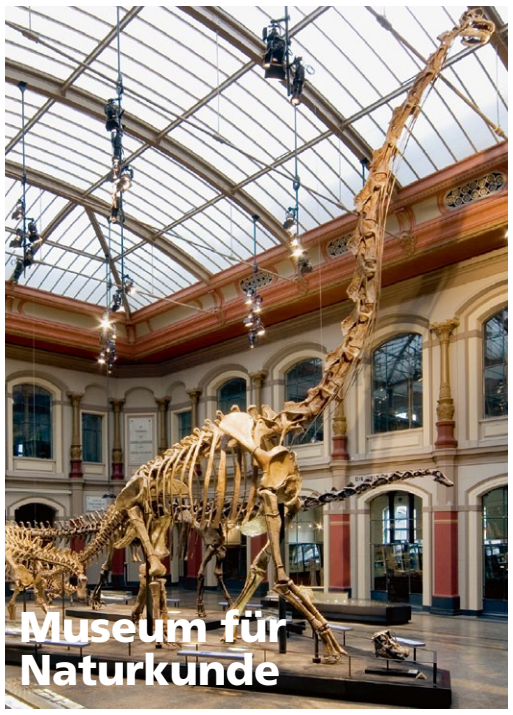
**The essentials**
- Prefabricate components and assemble them on-site.
- Keep in touch with all crew chiefs.
- Steer clear of mistakes and oversights.

Dirk insists on one-on-one briefings and personal accountability: “What do I want, what does the company want, what does the client want?” Over the years the project leader has developed a checklist with questions. “This lets us keep tabs on each other and coax out even the most elusive problems.” And his most important criterion for a successful event is this: “You have to be totally up for it.” *mf*



















Photos: satis&fy Location Flyer

# EINMAL ALLES BITTE!

Berlin ist so vielfältig wie seine Events. Mal frech und fancy, mal chic und chichi, mal trendy und tanzbar. Aber immer anspruchsvoll. Die gesamte Bandbreite von Edel- bis Off-Location will abgedeckt werden. Immer up to date erweitert satis&fy ständig seine Technikpartnerschaften. Mit klassischen Veranstaltungsorten wie dem Kongress- und Tagungszentrum AXICA, das bereits ausführlich vorgestellt wurde, wird weiterhin als fester Technikpartner gearbeitet. Wer lieber in historischer Kulisse unter Brachiosaurus brancai und mit Archaeopteryx diniert oder in einem der anderen Ausstellungsräume auf mehr als 7000m² außergewöhnlich empfängt, dem sei das Museum für Naturkunde ans Herz gelegt. satis&fy betreut seit 2012 als exklusiver Techniklieferant diesen Publikumsmagnet: eines der fünf größten Naturkundemuseen weltweit.
Einer der repräsentativsten Veranstaltungsräume Berlins, das Museum für Kommunikation, konnte neu akquiriert werden. Seit 2013 agiert satis&fy als Preferred Partner in dem pompösen Prachtgebäude mit atmosphärischem Licht- und Museumshof. Eine kommerziellere Zielgruppe verfolgt das Adagio am Potsdamer Platz, das satis&fy seit 2013 unterstützt: Corporate Events bringen hier bis zu 1000 Personen bei Nachtclubflair zum Kochen. Mehr retro geht´s in der Classic Remise zu, einem restaurierten ehemaligen Straßenbahndepot, das heute kostbare Oldtimer beherbergt. Ein Ort für „Männer mit Benzin im Blut“, so Uwe Buhrdorf, der Berliner Niederlassungsleiter von satis&fy. Auch die ebenso im Stadtteil Moabit gelegene Arminius Markthalle bietet eine ungewöhnliche, entspannte Umgebung abseits vom hippen Mitte oder Kreuzberg. Business-Veranstaltungen mitten im Berliner Alltag; sie können zwischen den Marktständen inszeniert werden oder diese gleich integrieren. Brandneu eröffnet wurde das HO Berlin (884m²) am 3. Juli mit bekannten Gesichtern. Augustin Teboul zeigten hier im Rahmen der Fashion Week ihre neueste Kollektion. Die ehemalige DDR-Kaufhalle soll als temporärer Project Space vornehmlich für Kunst- und Kreativ-Events zwischengenutzt werden. Was danach kommt, ist ungewiss. Sicher ist, dass das Angebot von satis&fy weiter ausgebaut werden wird. Der druckfrische Berliner Location-Übersichts-Flyer kann jederzeit problemlos erweitert werden.
-> http://www.satis-fy.com/entity_file/file/289/s_f_Locationflyer_Berlin.pdf
*fk*

# MORE IS BETTER

Berlin is as diverse as its events. Some are fresh and fancy, others elegant and chichi, still others trendy and danceable. But from glitzy gala get-togethers to stealth off-location soirees, they’re all sure to be ambitious. This is why satis&fy is steadily extending its network of alliances to meet the demand for events of every type. The AXICA convention center is a perfect fit for the client seeking a classic setting. For years, it has counted on satis&fy as its audio-visual support partner. The Museum of Natural History is an excellent choice for those who wish to dine with brachiosaurus brancai and archaeopteryx looking over their shoulders. With 7,000m² of exhibition rooms, it offers plenty of striking settings for receptions.
One of the world’s five biggest natural history museums and a real crowd-pleaser, this venue made satis&fy its exclusive equipment provider in 2012. The production company recently won over one of Berlin’s most prestigious locations, the Museum for Communication. As of 2013, satis&fy is the preferred partner for events in the opulent building and courtyard famed for its evocative light. The Adagio on Potsdamer Platz caters more to the business crowd, with satis&fy happy to be providing support since 2013. Its nightclub ambience has what it takes to get corporate events with up to 1,000 people hopping. The flair of Classic Remise, a restored streetcar depot housing a collection of priceless old-timers, is more retro in nature. Uwe Buhrdorf says it’s a place for “men with gasoline in their veins.”
The Arminius Market Hall, also located in the Moabit district, offers another unusual backdrop off the beaten path of trendy Mitte and Kreuzberg. Business events can be staged amidst the hustle and bustle of its market stalls. HO Berlin (884m²) opened on July 3 with celebrities in attendance to see Augustin Teboul’s latest collection during Fashion Week. The former East German market hall is to temporarily provide space for mainly art and creative projects. It remains to be seen what will become of it after that. What is certain is that satis&fy will continue to extend its offering. Although its Berlin Location Flyer is just fresh off the presses, the pamphlet can be easily amended at any time.
-> http://www.satis-fy.com/entity_file/file/289/s_f_Locationflyer_Berlin.pdf
*fk*

# MIT SATIS&FY DU




Sommer-Festival-Tour 2013: Viel Arbeit für satis&fy, viel Spaß für die Fans
The 2013 summer festival tour: Lots of work for satis&fy; lots of fun for fans

**Live ist Life. Ganz besonders im Sommer. Endlich wieder raus auf die Wiese! Da kommt Farbe ins Gesicht. Egal, ob für die Künstler oder für uns vom satis&fy Live Entertainment (LE): Die Open Air- und Festivalsaison 2013 hat es in sich.**

**Das finden auch Holger Schader, Business Development LE und Teamleiter LE Andy Borgmann: „Während der Sommerevents begegnet man sich anders, persönlicher, lockerer, sommerlicher!"**

## SOMMERFESTIVALS

Festivals und Open Airs – was macht den großen Unterschied zur Hallensaison? Für die Indoor-Tour stellen die Techniker (mehr oder weniger) einfach eine Bühne in die Halle. Das Setting lässt sich eher normen. Das erleichtert die Planung, den Auf- und den Abbau ungemein.
Anders die Open-Air-Bühnen. Die stehen beispielsweise oft schon. Das gesamte Equipment muss darauf ausgerichtet werden. Und jede Freiluft-Bühne ist anders: breitere oder tiefere Bestuhlung, unterschiedlich große Videowände, verschiedene Ausrichtungen. Die Abläufe beinhalten oft geringe Zeitfenster zwischen Locations und Auftritten. Um Zeit zu sparen, baut die satis&fy Crew das Material bereits vorher zusammen. So kann es schneller verladen werden. Nicht beeinflussbar ist: das Wetter! Siehe dieses Frühjahr. Es war so nass wie lange nicht. Doch die Live Entertainment Kreativen haben vorgesorgt. Zum Beispiel im Licht-Support. Die Kollegen entwickelten ein geniales Outdoor-Set für LE-Technik, darunter einen Regenhut für Moving Heads.

## PICKNICKATMOSPHÄRE

Summer live! „Klingt nach Picknick-Atmosphäre, ist aber wie jedes gute Picknick auch mit viel Arbeit verbunden", sagt Andy Borgmann. Meist verbirgt sich eine ganz andere logistische Herausforderung dahinter als in erschlossenem Areal. Andy: „Manchmal steht einfach nur eine Pommesbude im Weg."
Für Open Air Events muss man sich die Infrastruktur oft erst selbst schaffen, den Strom legen, Absperrungen, sanitäre Anlagen, ganze Bühnen samt Rängen aufstellen. „Da ist unser gesamter Technikpark gefragt."
Für Andy gibt es noch einen entscheidenden Unterschied zur Hallensaison: „Auf Open Airs und Festivals trifft man viele Kollegen von anderen Produktionen. Das macht Stimmung." Die nutzt auch Holger Schader: „Die Szene ist gar nicht so groß, wie man denkt. Mit vielen Agenturen, Managern und Künstlern arbeiten wir schon seit langem zusammen und gehen Jahr für Jahr on Tour." Im Grunde sind sie eine einzige große Familie. „Zum Beispiel PUR – mit der Band arbeite ich seit vielen Jahren zusammen", so Holger. Da entstehen nicht nur dauerhafte Arbeitsbeziehungen, sondern auch Freundschaften. Und auf diese kann man bauen.

## ROCK AM RING UND ROCK IM PARK

Die beiden wichtigsten Open Airs – zumindest in Deutschland, wenn nicht in Europa. satis&fy liefert bereits seit 2005 den Ton und seit diesem Jahr auch das Licht für die Center Stages. Die Clubstage tönt und leuchtet schon länger mit Hilfe der s&f Technik. Etwa 100 s&f Kollegen waren 2013 an beiden Orten im Einsatz. Vorbereitung und Aufbau sind aufwändig. Am Ring und im Park hatten die Headliner entscheidenden Einfluss auf die Lichtdesigns und konnten ihre Vorgaben zu fast 100 Prozent verwirklichen. Dies führte dazu, dass Nachtumbauten unumgänglich waren. Doppelschichten bis morgens circa 8 Uhr.
Beim Ablauf ähneln sich beide Festivals, im Ton aber unterscheiden sich die Locations grundsätzlich. Im Park erforderte der penible „Anwohner- und Emissionsschutz" einen höheren Aufwand. Zudem geht der Publikumsraum dort eher in die Breite und am Ring eher in die Länge. In enger Kooperation mit dem Sounddesigner Johann Schreuder (Agentur Marek Lieberberg) hielt sich die s&f Crew an die strengen Auflagen und lieferte trotzdem ein akustisch perfektes „Park-und-Ring-Feeling".
Klingt das nicht alles nach „Ganz groß im Geschäft"? Holger relativiert sofort: „Da muss man sich erst einmal rein arbeiten. Muss Kontakte pflegen, viele Gespräche führen, auf allen Ebenen kommunizieren."
Das gilt auch für Agenturen wie Marek Lieberberg. Als zur Diskussion stand, Gewerke für Park und Ring neu zu vergeben, war aufgrund der langjährigen guten Erfahrung schnell klar: satis&fy wird auf beiden Center Stages auch der neue Partner für die Lichttechnik – zusätzlich zu den anderen s&f-Gewerken.

## LIVE ENTERTAINMENT UND CORPORATE EVENTS – ZWEI WELTEN

Andy: „Bei Industrie-Events arbeiten wir zwangsläufig sehr viel penibler. Unter freiem Himmel geht es vorneweg lockerer zu." Nicht, dass die Kollegen es nicht anders könnten – es ist irgendwie eine Haltung. Andy: „Rock´n´Roll ist legerer. Die Industrieszene ist keine fahrende Gesellschaft. On the road bist du eine Woche hier und eine Woche dort. Da




Rock im Park: s&f-Dompteure der Lautstärke
Rock im Park: s&f, masters of sound & vision

improvisierst du und vereinfachst die technischen Abläufe, so gut es geht!" Auch bei der Auftragsvergabe gelten jeweils andere Gepflogenheiten. Während im Industriesegment immer mehr Aufträge im Paket vergeben werden, laufen 90% der Events in der Live-Branche mit unterschiedlichen Ausrüstern für Ton, Licht, Video, Deko. Holger: „Das müssen wir erst einmal vermitteln, dass wir durch unser One-Stop-Solution System sehr viel synergetischer arbeiten können als viele kleine Anbieter – und das nicht langsamer und weniger effektiv." Dieses Gerücht hält sich nämlich hartnäckig. Alles in allem hat sich mit der Zeit auch in diesem Geschäft viel verändert.

## ES WAR EINMAL...

Man, was waren das noch für Zeiten, als Live Entertainment als Geschäftsbereich bei satis&fy überhaupt erst gegründet wurde. Das war um das Jahr 2001 herum mit fünf festen Mitarbeitern. Andy

# RCH DEN SOMMER




Klein angefangen, groß rausgekommen: Geballte Hi-Tech-Power von satis&fy für Rock am Ring
Everything big started small: satis&fy's hi-tech assets in all their resplendent glory at Rock am Ring

original münsterländisch: „Damals sind wir zusammen in Karben angefangen." Und sie haben wohl auch ein wenig gelitten. Fünf Preußen im südhessischen Karben. Das zehrt. „Montags sind wir an-, donnerstags abgereist. Wir schliefen in einer Ferienwohnung oder auch mal im Hotel." So sehr dies nach freier Improvisation klingen mag, so wenig war es das, denn alle Kollegen steckten bereits tief im Geschäft, lange bevor s&f sie verpflichtet hatte. Andy zum Beispiel hat Die Ärzte mit ins Haus gebracht. Ein Glücksfang.

Bald durften alle wieder zurück gen Heimat nach Ascheberg, von wo aus künftig die s&f LE-Zentrale agieren sollte. Zwölf Jahre sind seither vergangen; und der Laden ist kaum wiederzuerkennen. Der Umzug 2007 von Ascheberg nach Werne, die Aufstockung auf mittlerweile über 70 Mitarbeiter, die riesige Lagerfläche, der Aufbau eines großen Hi-Tech-Proberaums und vor allem große Namen folgten nach: Xavier Naidoo, Helene Fischer, Joe Cocker und viele mehr. Live Entertainment 2013 bei satis&fy – es blüht.

## LIVE ENTERTAINMENT ROCKT S&F

Heute sind Holger und Andy die Spitze der Task Force LE, standortübergreifend, konzernweit. Eine große Aufgabe! Denn Live Entertainment ist eine tragende Säule im Geschäftsmodell des Unternehmens.

Holger: „Unser Ziel ist es, 15 bis Prozent des Konzernumsatzes zu bestreiten, unter anderem indem wir weitere internationale Kunden und aufstrebende junge Bands als Neukunden gewinnen." Zwar sind viele der großen Namen seit Jahren in festen Händen, mitunter aber tun sich Nischen auf. Oft durch den kleinen, aber feinen Service. Wie zum Beispiel die s&f Zusatzboxen-Lieferung für Depeche Mode oder die Surround-Beschallung für „The Wall". Manchmal helfen Ausdauer und Standfestigkeit. Holger: „Auch für Pink und einige andere internationale Künstler hatten wir ein Angebot abgegeben. Bis zuletzt waren wir im Pitch. Alle haben gesehen, dass wir leistungsfähig genug sind und mithalten können. Und Joe Cocker haben wir dann bekommen."

Beispiel Hockeypark in Mönchengladbach. Dort werden Joe Cocker und PUR mit s&f Technik und Dienstleistung versorgt. Durch das Mehrfach-Engagement konnten viele Arbeitsschritte vereinfacht oder halbiert werden – alle profitieren davon. Genauso wie Die Ärzte und PUR beim Open Air in Losheim. Auch wenn die Termine auseinanderliegen, der Set-Aufbau und die Arbeitsschritte gleichen sich. Andy: „Die Kunden merken, dass wir die Möglichkeiten, die wir als großes Eventunternehmen haben, konsequent und kostenbewusst nutzen."

## GROUPIES UND AZUBIS

Helene Fischer Sommerevent 2013, Die Ärzte – Ärztivals 2013, das Tauberfestival mit Die Ärzte, Deichkind, Skunk Anansie, Frittenbude u.v.m., Rock am Ring und Rock im Park, aber auch die regionalen Größen wie der Hessentag mit Unheilig, das Plaza Festival Hannover, die David Guetta Open Airs, die Sportsfreunde Stiller Festival Tour sowie die Xavier Naidoo Festivals. Eine Liste wie aus dem Who is Who des deutschen und internationalen Showbusiness. Die prominenten Namen ziehen nicht nur neue Kunden, sondern auch den Nachwuchs. Andy: „Viele Azubis sind wie Groupies. Sie wollen gerne in die Branche schnuppern. Die meisten merken schnell, dass das nicht nur Glamour und Glimmer, sondern auch harte Arbeit ist." Sie müssen 16 bis 18 Stunden pro Tag anwesend und monatelang am Stück unterwegs sein, sie übernachten in Nightlinern und haben null Privatsphäre – das alles zehrt. „Du musst für das Business geboren sein", warnt Andy, sonst bleibst Du auf der Strecke. Hast Du das Stehvermögen, lohnen sich die Mühen.

## LIVE SOMMER 2013

Für Andy Borgmann jedenfalls zeichnen sich in Sachen s&f Live Entertainment Strategie die Erfolge immer deutlicher ab. Helene Fischer nennt ihren Support gemäß ihrem Tour-Motto im Herbst ihre „Copiloten". Rock im Park Produktionsleiter Klaus Kunzendorf von der Agentur Marek Lieberberg bringt den Einsatz von satis&fy bei Rock im Park und Rock am Ring auf den Punkt: „Alles super!" Zwei Worte, viel Arbeit. Vier Monate Sommer in der Stadt und auf dem Land – vier Monate Planen, Bauen, Schwitzen. Die Früchte Ernten dank jahrzehntelangem Networking, ebenso langer Erfahrung und selbstverständlich zuverlässiger Technik. Dennoch kommt keine Routine auf. „Es gibt immer neue Herausforderungen", findet Holger heute noch nach 30 Jahren hartem Business. „Junger Mann zum Mitreisen gesucht! Live Entertainment, das ist fast wie ein Schaustellerberuf", lächelt Andy tiefschürfend.

Wer dahinter blickt, weiß, dass der Erfolg seinen Tribut zollt und vor allem viel, viel Arbeit und Geduld bedeutet. Trotzdem kommt eines nicht zu kurz: Der Spaß! Jeden Sommer neu.

*mf*




s&f-Event-Synergien nutzen: Namhafte Bands setzen darauf
Big-name bands take advantage of s&f's event synergies



Photos: Ralph Larmann

Geniales s&f-Outdoor-Set: Wetterfest, wasserdicht, wunderbar
s&f's ingenious outdoor set: Weatherproof, watertight, wonderful

# THROUGH THE SUMMER WITH SATIS&FY

**Life is live, especially in summer when it's time to get out into the great outdoors for some festive fun in the sun. And the 2013 open-air season is turning out to be something truly special for both artists and satis&fy Live Entertainment.**
**Holger Schader, Head of Business Development at satis&fy Live Entertainment (LE), and LE Team Leader Andy Borgmann agree: "The interaction at summer events is different – it's more personal, casual and breezy."**



Runde Sache: LE-Technik von s&f
Impressive all around: s&f's LE gear

## SUMMER FESTIVALS

What's the big difference between outdoor and indoor gigs? Technicians simply set up a stage in the venue for indoor tours. The setup can be largely standardized, which makes it so much easier to plan, put up and tear down. Open-air stages are very different animals. Often they have already been erected when the crew arrives, so the rigs have to be adapted to the stage. Every open-air venue is different with wider or deeper audience areas and video walls of varying size and orientation. The time window between locations and gigs is frequently very narrow. This is why the s&f crew preassembles much of the set and gear so it can be loaded that much faster to save time. But the weather can't be influenced. This spring, for example, was the rainiest on record. It's a good thing Live Entertainment's creative minds took precautions. A case in point is the lighting support crew, which developed an ingenious outdoor set for LE equipment that included rain gear for moving heads.

## A PICNIC VIBE

Summertime gigs: "Sounds like a picnic, but it takes a lot of work to stage a good picnic," says Andy Borgmann. The logistical challenge is usually much greater when you're out in the greenery. Andy: "Sometimes it's a burger stand that gets in your way." Many open-air venues lack infrastructure, so the crew has to roll out power lines and set up barriers, sanitary facilities, and even entire stages with bleachers. We have to dip deeply into our equipment pool to deliver the goods. For Andy, though, there is another decisive difference to the indoor season: "You meet a lot of colleagues from other production companies at open-air concerts and festivals. That's a blast." Holger Schader takes advantage of this opportunity: "The scene is not as big as one might think. Agencies, managers and artists – we've been teaming up and touring with many of these players for a long time, year in and year out." It's basically one big family. "Take, for example, PUR. I've been working with the band for many years," notes Holger. This fosters not only enduring working relationships, but also genuine friendships. Both Rock am Ring and Rock im Park gigs go to show that these bonds are good for business.

## ROCK AM RING, ROCK IM PARK

These open-air festivals are the most prominent in Germany, if not in Europe. satis&fy has provided audio support since 2005 and, as of this year, the lighting for the center stages as well. The Club Stage's sound and visuals have come courtesy of s&f equipment for even longer. In 2013, the company deployed huge crews to both gigs – around 50 people to each festival. Preparations and setup were no less elaborate. The headliners at both Rock am Ring and Rock im Park had the final say on the light shows, and we were able to fulfill practically all their wishes. This means our crews had to reconfigure the rigs at night, working double shifts until around 8 a.m. the next morning.
Otherwise, the agendas in the Park and at the Ring are similar, the one big difference being sound reinforcement. The rigorous rules to protect residents near the Park from noise pollution require some rather intricate measures. Also, the audience area in the Park is wide while the Ring's is deep. Working closely with sound designer Johann Schreuder from the Marek Lieberberg agency, the s&f crew complied with the stringent rules, yet somehow still managed to serve up the sweet sound Park & Ring audiences have come to expect.
That certainly sounds like a company at the top of its game. Holger immediately puts things into perspective: "It took a lot of hard work to get here." He means the effort put into nurturing contacts, keeping up a spirited dialog and communicating on all levels. The same goes for agencies such as Marek Lieberberg. When the support gigs for the Park and Ring were up for reassignment, satis&fy's reliable performance paid off. The company was chosen to provide lighting for the two center stages on top of the audio support.

## LIVE ENTERTAINMENT, CORPORATE EVENTS – TWO DIFFERENT WORLDS

Andy: "We're bound to be a lot more finicky about industry events. Things are a little more relaxed out in the great wide open." The crew has all the skills to be just as meticulous, but this gig requires a different attitude. Andy: "Rock 'n' roll is more cavalier. The industry scene is not for the vagabond heart. On the road, you spend a week here and a week there. You improvise and streamline workflows wherever you can." Live entertainment and industry events really are two different worlds. The same goes for job orders. While more and more industry gigs are package deals, 90% of live events source their audio, lighting, video and set support from different providers. Holger: "We have to convince promoters that our one-stop solution lets us work more synergistically than many small providers, rather than slower and less effectively." That old rumor still persists in spite of all evidence to the contrary. Even so, a lot has changed in this business.

## ONCE UPON A TIME...

Those were the days when Live Entertainment was set up as a satis&fy business unit back in 2001 with a staff of five. Andy, who hails from Münsterland, says, "We all started out together in Karben." As five uprooted Prussians in the diaspora of Karben in southern Hesse, they surely suffered a bit of wear and tear. "We commuted in on Mondays and home on Thursdays, staying in a vacation rental or hotel on the intervening days." That sounds a little ad-libbed, but it wasn't. The entire crew was knee-deep in the business after signing with s&f. Andy, for example, brought the band Die Ärzte on board. What a catch. Soon they were all free to move closer to home, to Ascheberg where s&f LE was headquartered. Twelve years on the unit is practically unrecognizable from its fledgling days. It relocated from Ascheberg to Werne in 2007. The headcount has topped the 70-mark. Its storage space is enormous. The crew installed a huge high-tech rehearsal room, which has served a host of big-name artists including Xavier Naidoo, Helene Fischer and Joe Cocker. Live Entertainment at satis&fy – it's flourishing in 2013.

## LIVE ENTERTAINMENT ROCKS S&F

Today Holger and Andy head up the corporate LE task force at satis&fy. And that's quite the challenge because LE is a mainstay of the company's business model. Holger: "Our objective is to generate 15 to 20% of the Group's revenue." The enterprise aims to do this by winning over international acts and young bands as new customers.
But many of the big names have stuck with the same service providers for years. Sometimes, though, a little niche opens up. Often it's an excellent ancillary service that opens doors, for example, the extension cabinets s&f furnished to Depeche Mode and the Surround sound reinforcement for 'The Wall.' Sometimes sheer doggedness helps. Holger: "We submitted offers to Pink and other international acts. Our pitch was in the running to the very end. They all saw that we have what it takes to compete." Although satis&fy didn't land the Pink gig, it did get the nod for Joe Cocker.
Mönchengladbach's Hockeypark is the perfect case in point. s&f provided the equipment and support for both Joe Cocker and PUR, which streamlined the workflow and halved the effort for some tasks. Everyone won. The same goes for Die Ärzte and PUR at the Losheim open air. Even if the bands are slated to play on different days, the setup and workflows are similar. Andy: "Customers see that we are persistent and cost-conscious about taking advantage of the possibilities we have as a major production company."

## GROUPIES AND TRAINEES

It reads like a who's who list of German and international show business luminaries: Helene Fischer's 2013 summer event, Die Ärzte's Ärtzivals 2013 tour, the Tauberfestival with Die Ärzte, Deichkind, Skunk Anansie, Frittenbude and many more, Rock am Ring and Rock im Park, and regional highlights such as the Hessian Day with Unheilig, the Hanover Plaza Festival, David Guetta's open air gigs, Sportsfreunde Stiller Festival Tour and Xavier Naidoo's festivals. Illustrious names have a lot of allure, not only for new customers but also for junior staff. Andy: "Many trainees are like groupies. They want to get a whiff of the entertainment industry only to discover that it's not just glamour and glimmer, but hard work." 16 to 18 hours a day on the job, months spent on the road sleeping in night-liners where there's zero privacy – that kind of lifestyle is fatiguing. "You have to be born for this business," warns Andy. Otherwise you'll end up as just another casualty of the road. But if you have staying power, then all the hard work pays.

## LIVE SUMMER 2013

Andy Borgmann sees that the success of s&f Live Entertainment's strategy is starting to gel. Helene Fischer calls her crew 'copilots' with a nod to the motto of her fall tour. Rock im Park Production Manager Klaus Kunzendorf from the Marek Lieberberg agency summed up satis&fy's performance at Rock im Park and Rock am Ring rather succinctly: "Excellent all around!" Such few words to describe so much work. Four summer months in the city and out in the country spent planning, producing and perspiring. It's so gratifying to harvest the fruits of decades of networking, experience and road-proof equipment. But even after 30 years, it's never business as usual. "There are always new challenges," says Holger. "'Have dreams, will travel!' Live entertainment is a job much like that of a carnie," says Andy with a smile as wide as the highway. The road demands hard work, tries your patience and takes its toll. But no matter how rough the ride gets, every new open-air season promises another summer of fun. *mf*

# Das große Ganze

## Mit der „s&f Experience“ demonstrierten wir in unserem neuen Standort Portland, was geht.

Wenn man uns fragt, was satis&fy denn nun eigentlich alles macht, ist das immer ein bisschen so, als würde man einen Sterne-Koch bitten, seine Rezepte zu rezitieren. Denn was wir bieten, ist eine sinnliche Erfahrung – Licht, Bild, Ton, Gestaltung. Darüber nur zu reden, gleicht einer Trockenübung und ist ungefähr so sinnlich wie eine Gebrauchsanleitung. Aus diesem Grund laden wir gelegentlich Kunden und Interessierte zu einem satis&fy Erlebnispfad ein; und aus der grauen Theorie entsteht ein prall buntes, anfassbares Bild.



Ob bei Augmented Reality oder im Plotshop – Selbst Ausprobieren war das Motto
Time for some DIY augmented reality and hands-on action in the plot shop



Photos: Misha Ashton-Moore




Herzlich Willkommen: Open House bei s&f
Welcome one and all to the Open House at s&f

Im Mai war es in unserer neuen Niederlassung in Portland so weit: Mit der „s&f Experience“ haben wir die Gelegenheit genutzt, vor Ort zu zeigen, was wir drauf haben und wie wir denken. Dazu hatten wir eine Art Parcours vorbereitet, dessen Stationen verschiedene Themen demonstrieren sollten. Und das ganz interaktiv, wie es so schön heißt. Mitmachen, Anfassen, Fragen ausdrücklich erwünscht.

### SATIS&FY ALS ERLEBNISPARK

Vermutlich fühlten sich unsere Gäste einer Eventabteilung von Nike schlagartig einige Jahre jünger, als wir sie mit einem knallgelben Schulbus zu ihrem Ausflug abholten. Entsprechend gut gelaunt und gespannt starteten sie ihren Erlebnistag. In Empfang genommen wurde die zehnköpfige Gruppe von der Niederlassungsleiterin Maika Janat, die es sich nicht nehmen ließ, ihre Kunden persönlich auf den Erlebnis-Parcours zu schicken. An der ersten Station wurden alle für das Kommende ausgerüstet. In der Werbegestaltung, dem Plot Shop, konnte sich jeder ein Klemmbrett mit dem eigenen Namen als Plot versehen – nicht unbedingt ein Job für Grobmotoriker, aber eine schöne Demonstration von handwerklichem Geschick.

Um völlig andere Fertigkeiten ging es, als die Kreativ-Abteilung zeigen konnte, wieviel „Augmented Reality“ (meint: computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung) bereits möglich ist. Durch das Auslesen zweidimensionaler Bilder wurden mit Hilfe einer eigenen iPad App 3D-Renderings zum Leben erweckt. Eine aufwändige, aber sehr eindrucksvolle Methode, um etwa einen Messestand vorab erlebbar zu machen.

Gänzlich unvirtuell und nicht weniger imposant präsentierte sich die mobile Schreinerei. Nicht jedem erschließt sich sofort, warum es nützlich und wirtschaftlich sein kann, rollbare Tische, verschiedene Stoffe und Spannrahmen oder gar eine 1300kg schwere Kreissäge um die halbe Welt zu schicken. Doch ein Verweis auf „German Qualität“ leuchtete ein. Unter Umständen lassen sich exakte Details nach den eigenen Qualitätsmaßstäben am besten flexibel vor Ort umsetzen.

### IM DETAIL STECKT NICHT NUR DER TEUFEL

Das Thema „Unterschiede“ zog sich von nun an wie ein roter Faden durch die weiteren Stationen. Welches Licht ist das beste für welchen Zweck? Was unterscheidet ein modernes, Strom sparendes LED-Licht von herkömmlichen Scheinwerfern? Ist eine Auf- oder eine Rückprojektion für eine Videoleinwand besser geeignet? Oder wann nimmt man am besten LED-Wände? Tageslicht, Platzbedarf? Aha! Bei einem Pixel-Pitch von 18 Millimetern sind 18 Meter Abstand nötig? Das wusste ich nicht! Die s&f Mitarbeiter, je ein Fachmann oder eine Fachfrau an jeder Station, waren in ihrem Element. Nicht jeden Tag haben sie die Gelegenheit, ihr Thema so zu erklären. Und einen Wow-Effekt kostet jeder gern aus, besonders, wenn es um die Vorstellung von Innovationen geht. Die Demonstration des horizontalen Multi-Taction-Table, einer Eigenentwicklung von s&f, machte dementsprechend besonders Spaß. Man stellt ein Weinglas auf einen Bildschirm, der erkennt den Gegenstand und liefert umgehend Informationen und Filme über Weinanbau. Das weckte sofort die Fantasie der Experience-Teilnehmer. Was wäre, wenn hier ein neuer Nike-Schuh...? Aber auch die Puffersphere, ein interaktives, kugelrundes 360 Grad Display, machte einen ziemlich prallen Eindruck.




Schulfrei – aber startklar zum spannenden Ausflug
No class today; a magical mystery tour is taking them away

Am Ende fügte sich alles noch einmal wunderbar zusammen: Die „Perfekte Bühne“ zeigte, dass sich der amerikanische Standard in punkto Ästhetik toppen lässt. Zur straffen, faltenlosen Bühnenverkleidung gesellten sich ein fernsehtaugliches Licht, ein scharfes HD-Bild, ein Mikro, das genau zu den Bedürfnissen eines Bühnenredners passt, und ein perfekter Ton, der auch an die Akteure auf der Bühne denkt. Nach dieser Rundum-Präsentation wurde es Zeit, sich an den ortstypischen Food-Cars mit vielen (natürlich auch deutschen) Spezialitäten zu stärken. Besonders für die s&f Mannen an den Stationen, die ihre Kräfte für die Fragen von weiteren 120 Gästen sammeln mussten, welche nun zur Open House Party eintrafen und ebenfalls zur Experience geladen waren. Deren Urteil: Erlebnis vollends geglückt. Und die Message kam an: Eine tolle Video-Projektion allein macht noch keine perfekte Veranstaltung. Es geht immer darum, mit dem vorhandenen Budget das beste Gesamtergebnis zu bekommen. Gut, wenn man dann jemanden hat, der alles aus einer Hand anbieten kann. Oder um wieder zu dem Bild vom Anfang zurückzukehren, wenn ein guter Koch das ganze Menü aufeinander abstimmt, ist es der größte Genuss.

*hs*

# The Whole Enchilada

## The ‘s&f Experience’ at our new Portland location vividly demonstrated what we can do.

Talking about what we do is about as exciting as reciting a recipe. What we offer is a sensuous experience in lighting, images, sound and design. Merely talking about what we do is about as exciting as reciting a recipe. This is why every now and then we invite customers and prospects to walk satis&fy’s version of an adventure trail. This experience dispels the gray mists of theory and conveys a vivid image of what we do. In May, we staged one of these ‘satis&fy Experience’ events at our new Portland subsidiary. To demonstrate our capabilities, our crew’s diversified skill set and how we go about our business, we prepared a course with several stations. Our guests were to enjoy hands-on, interactive encounters, and were very much encouraged to try things out and ask questions.

### A THEME PARK AT SATIS&FY

Representatives from Nike’s Events department probably felt a tinge of nostalgia for their school days when we picked them up in a canary-yellow bus. This tongue-in-cheek nod to a school field trip set the mood for the day – a spirit of adventure tinged with the mischievousness of kids who had just been let out of class. Branch Manager Maika Janat welcomed the group of ten and insisted on serving as a personal tour guide. The first stop was the Plot Shop, where everyone warmed up for the tour by applying their name to a clipboard with a plotter. Our guests soon discovered that this technique takes a very deft touch and lot of dexterity. Then the creative department demonstrated some very different skills to show the latest advances in augmented reality. We used our own iPad app to render scanned 2D pictures as lifelike 3D images. Although the underlying technology is quite elaborate and sophisticated, the outcome was worth all the effort. Customers can preview their fair booth to gain an accurate impression of what the stand will look like. Our mobile joinery, in turn, is old-school all the way: It’s all about being prepared wherever the gig takes you. It’s not always easy convincing people that it’s a good idea to send portable workbenches, materials, stretch frames, and a 1,300kg circular saw halfway around the world. But most see the light when we start talking about German quality and pointing out the benefits of being able to uphold these quality standards on-site when it comes time for detailing, customizing and responding flexibly to change requests.

### IT’S NOT JUST THE DEVIL THAT’S IN THE DETAILS

The next stops were all about discerning differences. What light is best for which purpose? What sets modern, energy-efficient LED lights apart from conventional floodlights? What’s better for a video screen – front or rear projection? When is an LED wall the way to go? What works best in daylight? How does floor space factor into the coverage equation? Why does an 18mm pixel pitch require 18 meters separation distance? Each station was manned by a specialized s&f crew member, and they all had a ball enlightening the visitors. It’s not every day that they get to expound on a subject so near and dear to them. They all relish that ‘wow’ effect when viewers’ eyes light up with pleasure at the sight of some ingenious innovation like the horizontal multitaction table developed by s&f. Simply set a wineglass on its screen, and the device identifies the object and instantly provides information and film clips showing how grapes are cultivated and wine is made. This ignited our guests’ imaginations: “What would happen if we set a new Nike shoe here...?” The Puffersphere, an interactive 360° spherical display, was also a big hit. And it was a thing of beauty when it all came together in the end.

The ‘Perfect Stage’ impressively demonstrated that the sky-high American standard for visual aesthetics can be topped. There were no folds to be seen in the stage cladding. Other highlights included TV-grade lighting, a sharp HD image, a microphone tailored precisely to the needs of the speaker, and sound reinforcement that treats both the audience and the players on the stage to a sweet audio treat. After this truly inspiring showcase, it was time for everyone to head to the food cars for a selection of German and local specialties. The s&f crew, especially, had to recharge their batteries and get ready to answer the questions of another 120 guests who had been invited to our Experience and subsequent open-house party. The consensus was that the event was a rousing success. And we got our message across that a great video projection alone does not make a grand event. Every good production is all about making the most of the available budget to achieve the best overall result. What an advantage it is to be able to offer everything from the same source. Or to revisit our cuisine analogy: When a great chef puts together the whole enchilada, the result is something for all the senses to enjoy. *hs*

# Live Entertain




Alles live! Die Bühne aus Sicht von satis&fy
The best seats in the house: satis&fy's view of the stage

**Die Mischung aus Erfahrung, Weisheit und „Schlappmaul" ist einzigartig. Holger Schader ist Wort und Tat gewordene Kompetenz. 30 Jahre Reifezeit – und trotzdem leistet der Mann fürs Business Development im Bereich Live Entertainment immer noch echte Basisarbeit. Andy Borgmann, Teamleiter der Live Entertainment Crew, ist auch ein Urgestein, einer, der jedes Schräubchen geschraubt, Drähtchen geklemmt und sogar getruckt hat. Beide zusammen sind die Basis unseres neuen Live Entertainment Konzepts.**



Holger Schader

*TC: Holger. Was hat dich vor gut zwei Jahren gereizt, bei uns einzusteigen?*
Holger: satis&fy war eine ganz neue Herausforderung für mich. Erstens weil es hier gut läuft. Zweitens weil man es noch besser machen kann.

*TC: Was geht denn bitte schön noch besser?*
Holger: Als ich vor zwei Jahren anfing, habe ich erst einmal festgestellt: Alle arbeiten auf einem sehr hohen Niveau, aber eben auch sehr individuell und selbständig. Es gab teilweise zu wenig Abstimmung untereinander.

*TC: Siehst du das auch so, Andy?*
Andy: Tatsächlich haben viele Kollegen etwas isoliert vor sich hin produziert. Deshalb haben wir ein erstes großes Ziel in unserem neuen Live Entertainment Konzept formuliert: Die Kommunikation verbessern!

*TC: Wer von Euch beiden ist denn für was zuständig?*
Holger: Ich bin das Schlappmaul, und Andy koordiniert.

*TC: „Schlappmaul"?*
Holger: Ich treibe mich draußen herum, bin viel unterwegs. Vor Ort, auf den Festivals, on Tour, in der Szene. Leute Treffen, Quatschen, Kontakte Pflegen, das A und O in unserem Business.

*TC: Ich dachte, nur die Fakten zählen?*
Andy: Live Entertainment ist ein Nasengeschäft. Mehr als viele andere auf der Welt.

Holger: „Ach, dann schick mir doch mal ein Angebot!", dieser Satz fällt dann halt doch oft nach guten Gesprächen mit den Branchen-Kollegen.



Andy Borgmann

*TC: Und wenn die Anfragen kommen?*
Andy: Die müssen zunächst an mich weitergeleitet werden. Dann schalten wir unsere Supports ein und halten Rücksprache mit den Projekt- und technischen Leitern.

Holger: Wir versuchen schon im Vorfeld, die Aufgabenaufteilung exakt zu definieren, die Ansprechpartner eindeutig zu benennen, die Arbeitsschritte zu planen. Das spart Zeit und sorgt von Anfang an für Klarheit – auch beim Kunden.

*TC: Und das funktioniert?*
Andy: Das ist ein langsamer Prozess. Denn es müssen alle mitziehen. Nur so fließen alle Infos an einer Stelle zusammen. Von dort übermitteln wir sie dem Kunden.

Holger: Wichtig ist, dass jeder versteht, wie die Kommunikationswege im Konzern funktionieren. Der Wille dazu ist in jedem Fall da. Ein paar Gewohnheiten und eingefahrene Verhaltensmuster müssen noch fallen. Es gibt halt Dinge, die ändern sich. Dazu gehört auch, wie wir uns künftig im Live Entertainment noch besser organisieren.

*TC: Synergien nutzen!*
Holger: Klar, wir müssen die Vorteile, die sich durch die Struktur des Konzerns bieten, gnadenlos nutzen und nicht mehr aneinander vorbei oder zu viel reden. So kriegen wir noch mehr Druck in die Pipeline, und der Saft fließt.

*TC: Beispiel?*
Holger: Wo andere Firmen für Sonderanfertigungen viel Geld ausgeben müssen, können wir durch unser Knowhow, unser Baukastensystem und unsere vielen Kreativen, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen zusammenlegen, gigantische Produkte schaffen – und zwar zu korrekten Preisen.

*TC: „Baukastensystem"?*
Holger: Ja, so ein Projekt vernetzt nicht nur den Tonmann mit dem Videoexperten und dem Lichtspezialisten, auch die satis&fy-eigenen Schlosser und Tischler werden involviert. Vernetzung von Information, Kreativität und Produktion.

Andy: Deshalb haben wir eine Live Entertainment Homepage geschaltet:
http://liveentertainment.satis-fy.com/
Wir wollen den Kunden noch besser darüber informieren, was wir machen, wo unsere Kernkompetenzen liegen, welches Equipment wir einsetzen.

*TC: Wie organisiert Ihr eigentlich Eure Zusammenarbeit?*
Andy: Wir treffen uns mindestens einmal die Woche, meistens in Werne. Außerdem telefonieren wir fast täglich, um alles abzustimmen. In regelmäßigen zentralen Meetings mit den Kollegen tauschen wir die neuesten Entwicklungen aus. Es ist total wichtig, dauernd den Markt zu checken.

Holger: Genau, wir müssen uns einfach immer fragen, wohin sich der Markt aktuell entwickelt, wieso wir Kunden verloren, wieso wir sie gewonnen haben. Entwicklungen voraussehen, Wünsche ablesen, Tendenzen interpretieren, die richtigen Preise machen, die wirklichen Entscheider kennen und Kontakte pflegen.

*TC: Gibt es richtige Preise?*
Andy: Sinnvolle Preise. Es kommt vor, dass man Jobs für einen Preis machen muss, der nicht sonderlich rentabel scheint, der aber weitere Jobs nach sich ziehen wird. Auch die kleinen Events sind wichtig, ganz einfach, um eine Visitenkarte abzugeben und einen Fuß in die Tür zu kriegen.




Aufbau steht: Zeit für Plausch unter Kollegen
It's up and ready to run: Time for a little camaraderie

*TC: Passiert es manchmal, dass Eure Vorschläge auch mit Skepsis betrachtet werden?*
Holger: Ich bin von außen gekommen. Das macht manche skeptisch. Aber diese Außensicht hat halt auch Vorteile. Man hat einen anderen Blickwinkel. Und wie gesagt bin ich nicht erst seit zwei, drei Tagen dabei.

*TC: 30 Jahre Erfahrung!*
Holger: Es geht nicht darum, damit zu prahlen. Aber ich hab halt mit vielen dieser heute sehr wichtigen Leute in den letzten 20 Jahren on Tour einige Zeit in Tourneebussen, Cateringlounges und Backstage verbracht. Das schweißt zusammen. Es geht mir bestimmt auch nicht darum, es besser zu wissen. Im Gegenteil: Das Gespräch und der stetige Austausch sind wichtig.

Andy: Ja, und Holger und ich stehen beispielsweise auch dafür, neue Ideen gegenüber der Geschäftsführung zu argumentieren.

Holger: Das Gute ist: Wir alle sind Menschen, und wir können alle noch viel lernen. Da schließ ich mich nicht aus. Sich kurzzuschließen, zugleich über den Tellerrand hinauszuschauen, offen zu sein, das sind unsere Anliegen. *mf*

INTERVIEW




Tausende Fans jubeln auch für satis&fy
Music in satis&fy's ears: The cheers of thousands

## english

**This blend of experience, wisdom and busybody is unique! Holger is competence personified. 30 years on and the man is still in the trenches, drumming up business for satis&fy Live Entertainment. Andy Borgmann, leader of the Live Entertainment crew, is also an industry institution. He certainly has tightened more screws, connected more wires and trucked more miles than most. This twosome makes up the bedrock of our new Live Entertainment concept.**

TC: Holger. What inspired you to join us a good two years ago?
Holger: satis&fy presented an altogether new challenge for me – for one, because things are going pretty well here, and for the other, because there's still room to improve.

TC: Come on; what could possibly be improved here?
Holger: When I joined two years ago, I soon found that everyone here is highly professional about what they do. However, they get things done independently and very much in their own way.

TC: So what's the problem with that?
Holger: In some cases, there wasn't enough coordination between crews.

TC: Do you agree, Andy?
Andy: Indeed, many colleagues were working too much in isolation. This is why the first major objective of our new Live Entertainment concept is to improve communication.

TC: So which of you two is responsible for what?
Holger: I'm the busybody (he actually said blithering idiot ;-) and Andy is the coordinator.

TC: Busybody?
Holger: I'm on the go much of the time, hanging out on site, at festivals, on tour and on the scene, meeting people, chatting and networking. That's the nuts and bolts of our business.




Tourvorbereitung – Probeaufbau in Karben
Pre-tour training with trial setups at Karben

TC: I thought only the facts count?
Andy: Live Entertainment is all about sniffing out opportunities – more so than in many other lines of business around the world!

Holger: "Well then send me an offer. " You hear that a lot after a good chat with industry players.

TC: So what happens when inquiries come in?
Andy: They have to be passed on to me first. Then we bring our Support crews on board and talk to project leaders and technical crew chiefs.

Holger: We try to assign tasks, designate contacts and plan the workflow at the get-go to save time and prevent confusion on the part of the customer.

TC: And that works?
Andy: It's a slow process because everyone has to contribute. This is the only way we can be sure all information flows together at one hub, a single point from which we can keep the customer posted.

Holger: It's important that everyone understands how corporate communication channels work. Everyone is willing, but a few habits and behaviors have to change. That's just the way it is – some things change. One is that Live Entertainment has to get better organized.
TC: By taking advantage of synergetic effects.
Holger: Sure, we have to ruthlessly exploit the advantages of our corporate structure, keep down the chatter and stop talking at cross-purposes. This way we can apply even more pressure to the pipeline and get the juices flowing.

TC: Got an example?
Holger: While other companies have to spend a lot of money on custom-made gear, we can tap our know-how, erector kit and the many creative minds that pool their knowledge and experience to develop fantastic products at fair prices.

TC: An erector kit?
Holger: Yes, it's a sort of modular system where it's not just the audio tech, video expert and lighting specialist who are networked for a project like this. satis&fy's own locksmiths and joiners are also involved. It's all about networking information, creativity and production.

Andy: This is why Live Entertainment now has a homepage (http://liveentertainment.satis-fy.com/) of its own. We want to better inform the customer about the equipment we use and the core skills we bring to the table.

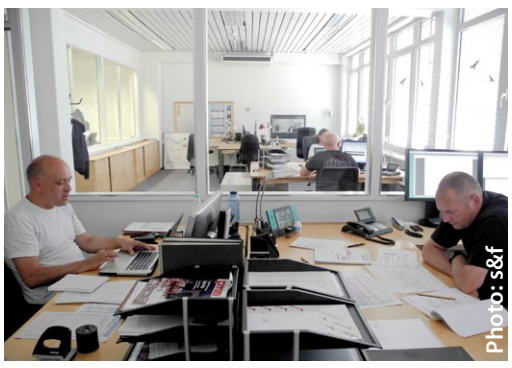
TC: How do you organize your teamwork?
Andy: We meet at least once a week, mostly in Werne. We also phone almost daily to coordinate everything. Regular staff meetings are held to talk about the latest developments with colleagues. It is crucial that we monitor the market all the time.

Holger: Exactly. We have to keep asking ourselves where the market is headed, why we lost customers and why we won them over. It's about forecasting developments, anticipating wishes, interpreting trends, quoting the right prices, knowing the real decision-makers and nurturing contacts.

TC: Is there such a thing as the right price?
Andy: We're talking about reasonable prices here. If it's clear that further jobs will follow, we may have to do a job at a price that doesn't seem particularly profitable up front. Small events are also important simply because you can leave your calling card and get a foot in the door.

TC: Are your proposals sometimes greeted with skepticism?
Holger: I arrived as an outsider. That gives some cause for skepticism. But the outsider's view has its advantages. It's a different perspective. And again, this isn't my first day on the job.

TC: 30 years of experience!




Die Basis des LE-Konzepts
The bedrock of the LE concept

Holger: It's not that I'm boasting about it. However, over the last 20 years I spent time on the road on tour buses, in catering lounges and backstage with many of the people who are very important today. That creates a strong bond. But I'm really not a know-it-all; on the contrary. The important thing is the dialog and the constant exchange of information.

Andy: Yes, for example, to sell new ideas to management. Holger and I stand for that as well.

Holger: Here's the good thing: We're all human and we all have a lot to learn. I'm no exception! Touching base while thinking beyond our own little boxes – that's what we want to do.
*mf*

# METROPOLE WERNE

## Gentleman ganz nah!

Der Wiener Live-Konzert-Regisseur Paul Hauptmann plant eine Film-Doku mit und über den Reggae-Rocker Gentleman. Dafür sucht er dringend einen idealen Ort. Und er findet ihn. Unseren Probenraum in Werne. Gentleman in concert – exklusiv! Wer kriegt das schon? Na, wir natürlich! Und wem haben wir das zu verdanken? Unserem guten Ruf und unserem Kollegen Gunther Hecker. Der geniale Lichtdesigner hat Paul den Tipp gegeben, sein Vorhaben mitten im Münsterland umzusetzen. Zusammen mit dem WDR/1LIVE zieht der Regisseur die Sache durch. Paul filmt, und der WDR nutzt den Auftritt, um für seine Radiohörer ein Live-Konzert zu übertragen.
Exklusiv für nur ganz wenige Gäste gibt Gentleman Ausschnitte aus seinem sechsten Studioalbum "New Day Dawn" zum Besten, noch bevor er on Tour geht. Ein bisschen Arbeit im Vorfeld ist da schon von Nöten. Vor allem für satis&fy-Projektleiter Robert Schwarz und Kollegen. Denn gerade eben hat noch Global-Pop-Artist Christopher von Deylen alias Schiller hier geprobt: „Ihn haben wir gegen 22 Uhr nach London zu seinem Streaming-Live-Event verabschiedet und sofort losgelegt," so Robert. Abbau Schiller, parallel Aufbau Gentleman. Licht und Ton sind bis Mitternacht installiert. Bis 3 Uhr Einleuchten. Einen Tag später reist die Band an. Die Backline steht, der Sound ist gecheckt. Von 14 bis 22 Uhr jammen Gentleman und seine Bandmitglieder auf der Bühne. Paul Hauptmann dreht mit. Dasselbe Spiel am Samstag von 12 bis 24 Uhr. Harte Arbeitszeiten! Werne-Sonder-Support für den FOH-Tonmann. Er bekommt jeden Tag ein anderes Mischpult gestellt. Ideal, um gleich drei verschiedene Festival Files zu schreiben und sie bei anderen Jobs in das Gastmischpult zu laden.
Am Nachmittag baut 1LIVE auf. Die Ü-Wägen kommen in die angrenzende Lagerhalle. Die s&f-Kollegen stellen Zusatzlichter, legen Kamerabahnen und bauen kleine Publikumsbühnen für die rund 100 Gäste. Nochmals drei Stunden Probe. Ab 19 Uhr ist Einlass. Nur 80 Privatleute haben Karten ergattert, weitere 25 Special-Guests sind geladen, und natürlich sind wir vom s&f-Team vor Ort. Um 20 Uhr beginnt das Konzert. Ein Erlebnis für uns, ein besonderer Gig auch für Gentleman. Der Reggae-Rocker singt mit den Fans auf Augenhöhe, Arm in Arm. Jamaika-Feeling in Werne-West! Technisch und atmosphärisch unschlagbar.
Beweis: Die 1LIVE-Übertragung endet offiziell um 21.00 Uhr. Gentleman kann aber einfach nicht aufhören und spielt eine halbe Stunde länger. Geht alles nur in der Probenraum-Metropole Werne! *mf*



Aus dem Probenraum in Werne: 1LIVE -Übertragung
1LIVE broadcasting in real time from satis&fy's Werne rehearsal studio

# WERNE — A SOUND STAGE ELDORADO

## Gentleman Gets Up Close and Personal



Geht nur im Studio 20/20: Gentleman ganz nah
Getting cozy with Gentleman in Studio 20/20

Vienna concert director Paul Hauptmann plans to shoot a rockumentary about reggae maven Gentleman. Seeking the ideal location, he strikes gold with our rehearsal halls in Werne. We get the rare treat of an exclusive Gentleman concert – thanks to our good reputation and colleague Gunther Hecker. The brilliant lighting designer gave Paul the hot tip that some very hip sound stages are right here in lovely Münsterland. Joining forces with WDR/1live radio, Paul films the performance and WDR broadcasts the concert live to its listeners.
Gentleman takes the stage, performing tracks from his sixth studio album New Day Dawn and giving us a taste of his upcoming tour. It looks easy, but setting the stage for the show required a bit of effort on the part of satis&fy project manager Robert Schwarz and the crew. Global pop performer Christopher von Deylen, aka Schiller, had rehearsed in the room on the eve of the show. "We said our goodbyes at around 10 p.m., when he departed for London to perform for a live event stream, and went straight to work," says Robert. The crew tore down Schiller's set while putting up Gentleman's. Lighting and audio rigs were up and running by midnight. The light check took until 3 a.m. The band arrives a day later. The back line is up; the sound has been checked. Gentleman and his band jam on stage from 2 to 10 p.m. Paul Hauptmann captures all the action. Same story on Saturday. Noon to midnight is a long, hard day's work. On each day, Werne provides a different mixing console to the man at the front-of-house desk so he can create three different festival files to be loaded later to other venues' mixing consoles.
1live arrives in the afternoon, parking its outside broadcast vans in the adjoining warehouse. The crew deploys auxiliary lighting, lays camera tracks, and builds small podiums for the 100-head audience. Three hours of rehearsals follow. The doors open at 7 p.m. to the 80 fans who were lucky enough to score tickets and join 25 invited guests and the s&f team. The concert kicks off at 8 p.m. It's a trip for us and a special gig for Gentleman. The reggae rocker sings with his fans, eye to eye and arm in arm. A Jamaican vibe pulses through Werne-West.
The production values are phenomenal, the mood jubilant: 1Live stops broadcasting at 9 p.m., but Gentleman keeps grooving for another 30 minutes. And we have the sound stage Eldorado of Werne to thank for that! *mf*















Photos: Marcus Simaitis

## A KIND OF MAGIC

**Früher war ja alles besser. Als wir noch mit unseren Buntstiften ein paar Kurven und Striche zu Papier brachten und „Fert" (Huftier) darunter schrieben, um die Fantasie des Betrachters zu beflügeln. Und später, als wir eine rote Glühbirne in unsere Schreibtischlampe einschraubten, bekamen selbst die Gespräche über die nächste Mathearbeit einen geheimnisvollen Unterton. Heute könnte man den Eindruck gewinnen, es gehe nur noch um Daten. Die Welt ist digital geworden; und auch in unserem Job dreht sich alles um digitale Technik. Talkshow-Moderatorinnen ziehen fröstelnd die Schultern hoch, wenn sie das Wort „digital" aussprechen. It's a cold world. Das können unsere Jungs, die in den letzten Wochen tonnenweise Material aus Trailern aus- und wieder eingeladen haben, nun nicht unbedingt finden. Und das nicht nur wegen der sommerlichen Hitzewellen. Sie wissen ebenso wie jeder, der bei uns in einem Projekt beschäftigt ist, worum es geht: Um die magischen Momente, bei denen nichts – aber auch gar nichts – stört. Kein Kabel, kein Brummen, keine Falte, kein Pixel. Uns hilft die Technik, diese Art Magie entstehen zu lassen, etwa unser interaktiver Mediascreen (siehe S. 9), der reale Dinge mit digitalen Informationen verbindet. Er bringt selbst Erwachsene zum Staunen, die sich schon lange nicht mehr über irgendetwas wundern. Dass er das kann, liegt an den Menschen, die ihn entwickelt und programmiert haben. Und wenn das Licht perfekt ist, liegt es nicht am Scheinwerfer, sondern an denen, die wissen, wann, wie und wo man ihn einsetzt. Ohne Individuen ist die Technik nur ein dekoratives Kupferlager. Denn nur die können flexibel reagieren – niemals lässt sich alles digital vorausberechnen und programmieren. Nur durch Menschen, die wissen, wie's geht, kann Magie entstehen. Ist eigentlich genauso wie früher.**

**They say things used to be so much better. Childhood was all mystery and imagination. A few crayon lines on paper and the misspelled hores (meaning a large solid-hoofed herbivorous ungulate mammal) scribbled below the art – voilà, something had been conjured out of nothing. Later even the most mundane chats about the next math test were magical with the simple addition of a red light bulb to a desk lamp. Today it would all seem to be about data. The world has gone digital. It's everywhere, at work and at home. Cheesy talk-show hosts shudder when they utter the word "digital," suggesting that it's become a cold, cold world. Our crew, which loaded and unloaded countless tons of equipment to and from trailers in recent weeks, would beg to differ, and not just because of the blistering summer heat. Like everyone involved in our projects, they know what this business is all about – conjuring magical moments sans distractions. No cables, no humming, no wrinkles, no pixels. Technology helps us make this magic. Witness our interactive media screen (see p. 9), which merges real images with computer-generated imagery. It even enchants jaded adults who have seen so much that they're rarely amazed by anything. But the real magic is not in all those 1s and 0s – it's in the hands of the people that develop and program the gear. And if the light show is perfect, it's not just because of the floodlights. It's because of the people who know how and when to put them to good use. Without people, entertainment technology is just sound and fury, signifying nothing. Algorithms can project and predict, but only people can imagine, only humans have artistic sensitivity. It's people who know how to conjure magic. Same as it ever was.**
*hs*


# IMPRESSUM

TRUE COLOURS, ©2013 satis&fy

PUBLISHED BY: satis&fy AG
Industriegebiet Dögelmühle
61184 Karben, Tel. 06039-91200
www.satis-fy.com
EMAIL: truecolours@vroom-service.de

We assume no responsibility for unsolicited material.

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

EDITOR IN CHIEF: Markus Emrich (ViSdP)
ART DIRECTION: Judith Augustin
PROOFREADING: Ines Streu
TRANSLATION: Thomas Green, Berlin Atonal: Dirk Ramon Durchgraf
ENGLISH PROOFREADING: Phyllis Kiehl, Birgit Quade

CONTRIBUTORS:
Heidi Schmitt, Michael Freund, Wolfgang Klotz, Friederike Klussmann, Markus Emrich, Renata Thoma, Uwe Buhrdorf, Nico Ubenauf

*Printed on Circlematt White Bilderdruck, awarded with the Blue Angel.*

klimaneutral
natureOffice.com | DE-344-229987
gedruckt