satis&fy

03/13

TRUE COLOURS

gamescom:

League of Legends – Last Level Completed

true colours of scratching

see more with satis&fy

made using recycled CD cases

Photo: Koelnmesse GmbH

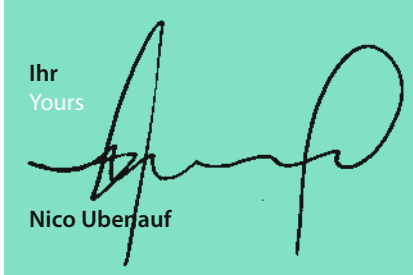
EDITORIAL



Scratching the surface – manchmal staunt man, was dabei alles zum Vorschein kommt: jahreszeitlich bedingt zugefrorene Scheiben und mit Blick auf unser Geschäft hochinteressante Chancen, die zuvor nicht so klar erkennbar waren. Nehmen wir unsere noch junge USA-Dependance: Kaum an der Küste Oregons angekommen, offenbaren sich schier unbegrenzte Möglichkeiten. Oder unser neuer Standort satis&fy do Brasil, wo wir ebenfalls auf fruchtbaren Boden stoßen. Auch das soeben eröffnete satis&fy Produktionsbüro in Hamburg hat spannendes Neuland freigelegt. An der Tür der interaktiven Spielebranche kratzen wir seit unserem Einsatz auf der gamescom (siehe Titelstory). Bereits geöffnet haben sich uns die Türen neuer spannender Locations mit dem Kraftwerk Berlin und Fredenhagen im Rhein-Main-Gebiet.
Außerdem feilen wir intensiv an unseren Strukturen, um uns für die kommenden Jahre noch serviceorientierter aufzustellen.
Bei so viel Dynamik ist man froh, wenn es zwischendurch Phasen der Ruhe gibt wie die Feiertage zum Jahresende. Im Namen von satis&fy bedanke ich mich herzlich bei allen, die mit Energie und Elan die positiven Entwicklungen möglich machen. Damit meine ich nicht nur die Mitarbeiter und Partner von s&f, sondern vor allem auch unsere Kunden, die uns mit ihrem Vertrauen grandiose Perspektiven eröffnen.

Sometimes when you start digging you will be amazed at what you can find: frosted windows under a layer of snow of course at this time of the year and, with a view to our business, opportunities that were not so clearly discernible at all. Take, for example, our new US branch: It had barely put down roots on the Oregon coast when a wealth of opportunities surfaced. Or take a look at our new site satis&fy do Brasil, where we have also encountered fertile ground. Along that line, the recently opened satis&fy production office in Hamburg has discovered exciting new territory. And we have been scratching at the doors of the interactive games industry since we deployed to gamescom (see cover story). Other doors like those of two exciting new venues, Kraftwerk Berlin and Fredenhagen in the Rhine-Main area, have already opened to us.
In addition, we are filing away at our structures to become even more service-oriented for years to come.
With so much momentum, we are ready to welcome a break like the holidays at the year's end. On behalf of satis&fy, I would like to thank all those who, with energy and vigor, made these positive developments possible. By this I mean not only the employees and partners of s&f, but also and especially our customers who have brought us such grand prospects with their trust and confidence.

Ihr
Yours



Nico Uebernauf

TICKER

„Wo Batschkapp drauf steht, ist auch Batschkapp drin", verspricht Rainer Wendt. Dem satis&fy-Projektleiter ist klar: Der Alternativ- und Independent-Musik-Club ist eine Frankfurter Institution. Mit dem Umzug in eine ehemalige Industriehalle in Seckbach ist deshalb eine große Portion Verantwortung verbunden. Mehr Platz und bessere Erreichbarkeit bedeuten ja nicht gleich die unverwechselbare Atmosphäre, die „Kapp-Freunde" an ihrem Club so lieben. Batschkapp-Chef Ralf Scheffler geht deshalb in Sachen Festinstallation der Licht- und Tonanlage auf Nummer Sicher: „Ich kenne satis&fy seit langem und weiß, was ich an ihnen habe. Die haben noch jede Raumakustik in den Griff gekriegt. Und im Dunkeln wird auch keiner stehen müssen", so der Gründer des legendären Clubs. Ralf! Das Vertrauen ehrt uns. +++ Gibt es eigentlich Messebau-Nerds? Vielleicht ist Patrick Schneider einer. Der satis&fy-Projektleiter hat den Messestand auf der diesjährigen gamescom in Köln jedenfalls nahezu spielerisch in die Halle gestylt. Eine großzügige Spiel- und Infothek für alle Computer-Nerds, die wissen wollten, was media.net, ein Unternehmensbündnis der berlin-brandenburgischen Medienwirtschaft, auf der weltgrößten Messe für interaktive Spiele aktuell bietet. Das 120m² große Raum-in-Raum-Areal war mit Screens, Internet, Grafikbeleuchtung, Möbeln, Licht-, Ton- und Bildtechnik ausgestattet. +++ 130 Jahre offizielle Freundschaft zwischen Korea und Deutschland waren Anlass genug, um gebührend zu feiern – mit einem Benefizkonzert in der Frankfurter Jahrhunderthalle. Projektleiter Ben Friedrich und sein 25köpfiges Team lieferten im Auftrag von media broadcast die Ton- und Bildtechnik sowie Bühnenbau und Grafiken. Zu sehen und hören waren u.a. die koreanische Volksmusik-Ikone Mi-Ja Lee sowie die Boyband 2PM. Die populären koreanischen Künstler gaben samt 40-Mann-Orchester ein Konzert, das der koreanische Rundfunk-Sender MBC aufzeichnete. Übrigens eine geniale Mischung aus traditionsreicher Korea-Folklore und heißem K-Pop. *mf*



s&f inszeniert deutsch-koreanische Freundschaft
Setting the stage for German-Korean friendship

+++

"The Batschkapp is the real deal," promises Rainer Wendt. The satis&fy project leader is well aware that the club, a haven for alternative and indie music, is a Frankfurt institution. But with this legacy comes great responsibility, so the move to a defunct factory in Seckbach was not to be made lightly. More space and convenient access, yes, but not at the cost of the unique ambience that keeps the club's loyal clientele coming back. That's why Batschkapp boss Ralf Scheffler decided to play it safe when it came to installing the lighting and sound system: "I've known and valued satis&fy for a long time. They've been able to tame every room's acoustics. And no one will be left standing in the dark," says the storied night spot's founding father. Ralf, we are deeply honored and humbled by your faith in us. +++ Nerds come in many guises, but do any get all warm and fuzzy inside just thinking about building exhibits? Patrick Schneider may. The satis&fy project leader styled the booth of media.net, a Berlin-Brandenburg media business alliance, to attract the herds of computer nerds roaming this year's gamescom, the world's top fair for interactive games, in Cologne. The 120m² room-in-room set looked and felt like an arcade brimming with games, info kiosks and other bright and shiny things such as screens, Internet terminals, illuminated graphics, furniture, lighting and AV gear. +++ Diplomatic ties between Korea and Germany date back 130 years. That kind of enduring friendship is reason enough to celebrate with a benefit concert in Frankfurt's Jahrhunderthalle. media broadcast tasked project leader Ben Frederick and his crew of 25 to furnish the AV gear, staging, graphics and signage for performances by Mi-Ja Lee, a major force in Korean folk, and the boy band 2PM. Backed by a 40-piece orchestra and recorded by Korean broadcaster MBC, these popular artists' unlikely mix of traditional Korean folk and hot K-pop was a refreshingly different musical treat. *mf*

ALLES UNTER KONTROLLE

Ars Electronica eröffnet in Linz mit gigantischer Live-Performance WIR SIND HIER

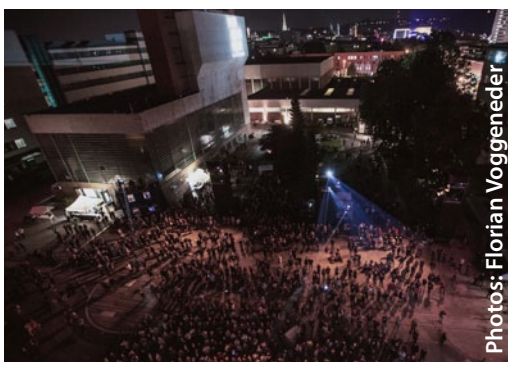


FM Einheit beim Schlussapplaus
FM Einheit enjoys the audience's adulation.

Total Recall: The Evolution of Memory. Unter diesem Titel fand die Ars Electronica, eines der wichtigsten Medienkunst-Festivals weltweit, vom 5.-9. September in Linz statt. satis&fy unterstützte das crossmediale Projekt WIR SIND HIER bei seiner Eröffnungsperformance mit kompletter technischer Planung und Umsetzung. Initiator Salvatore Vanasco ist ein alter Hase auf der Ars Electronica und auch seinem Exstudent Uwe Buhrdorf, Managing Director von satis&fy Berlin, nicht unbekannt. „Schon bei ihm zu studieren, war eine absolute Herausforderung", erinnert er sich. Unbequeme Inhalte, komplexe Formate und ein bisschen Größenwahn. Genau deshalb wollte man neben der persönlichen Verbindung und der hochaktuellen Thematik kooperieren. Die Performance auf dem Gelände der Tabakfabrik war der Höhepunkt des Projekts, das der Künstler zum Thema Überwachung, Kontrolle, Erinnerung und Bewusstsein erarbeitet hat. Interessenten wurden als aktive Teilnehmer direkt mit einbezogen, indem sie im Vorfeld auf www.wir-sind-hier.org mitdiskutiert sowie Sound- und Videomaterial eingestellt hatten, das dann als User Generated Content in das gigantische Spektakel in Linz mit einfloss. Bei dieser partizipativen Live-Experience mit Cutting-Edge Technologien des Ars Electronica Futurelab und der xailabs GmbH konnte auch satis&fy so richtig auffahren: eine riesige Fassadenprojektion auf 48m x 20m, realisiert mit sechs 21.000 ANSI-Lumen Projektoren, verteilt auf drei 9m hohen Towern; drei Kameras und zwei Domcams für eine Live-Übertragung im Internet; ein Soundsystem von d&b für die 1770m² Outdoor-Fläche; zwei 8m x 4m große Bühnen, die unter anderem FM Einheit, der Schlagzeuger und Mitbegründer der Einstürzenden Neubauten, bespielte; drei Konfettikanonen und sieben Roadie X-Stream Nebelmaschinen, die den gesamten Platz mit den circa 2000 Besuchern in wenigen Sekunden in Nebel hüllten und neben den Überwachungskameras, die einzelne Besucher ins Visier nahmen, zu einer beklemmend sinnlichen Erfahrung beitrugen. „WIR SIND HIER ist nicht nur ein Diskurs, sondern eine Darbietung auf emotionaler Ebene mit künstlerischen Mitteln. Unsere Vision ist es, den sogenannten Digital Natives eine Möglichkeit der konstruktiven und kollektiven Auseinandersetzung mit Themen der Zensur, Überwachung, Identitätsstiftung, kulturellen Amputation und Steuerung zu bieten, indem wir den kommunikativen, technologischen und kulturellen Ansprüchen der Zielgruppe gerecht werden." (S. Vanasco). Daran erinnern wird man sich zumindest noch sehr lange.
fk

EVERYTHING'S UNDER CONTROL

Ars Electronica opens in Linz with an epic live performance called WE ARE HERE



Rund 2000 Besucher bei der Eröffnungsperformance
Some 2,000 people caught the opening performance.

Total Recall: The Evolution of Memory. That was the credo for this year's Ars Electronica, one of the world's preeminent media art festivals held on September 5 through 9 in Linz, Austria. satis&fy supported the opening performance of WIR SIND HIER [We Are Here] by providing end-to-end technical planning and implementation services for the cross-media project. Veteran impresario Salvatore Vanasco is wise in the ways of Ars Electronica, and his former student Uwe Buhrdorf, head honcho of satis&fy Berlin, knows him well. As Uwe recalls it, "Simply studying under his tutelage was a tremendous challenge." Controversial topics, complex formats and a touch of megalomania were all part of the package. The wish to work together was born of this personal connection and the event's hot topic. The project's highlight was a performance inspired by the artist's thoughts on surveillance, control, memory and consciousness. The event took place on the grounds of a tobacco factory. Anyone with an interest in the topic was encouraged to weigh in on the discussions and post audio and video clips at www.wir-sind-hier.org. This user-generated content was then piped into the Linz event's epic narrative. Ars Electronica Futurelab and xailabs GmbH's cutting-edge technologies featured prominently at this participatory live experience. satis&fy also pulled out all the stops with huge, 48m x 20m images beamed onto a facade via six 21,000 ANSI lumens projectors mounted on three 9m towers. Three cameras and two DomCams furnished live web feeds. A d&b PA provided sound reinforcement for the 1,770m² outdoor area. s&f also rolled out two 8m x 4m stages for artists such as FM Einheit (drummer and co-founder of art rock avantgardists Einstürzende Neubauten), three confetti cannons and seven Roadie X-Stream fog machines. In a matter of seconds, they shrouded the grounds and the audience of around 2,000 in a murky haze while surveillance cameras zoomed in on individuals, all of which heightened the angsty vibe. "WE ARE HERE is not just a discourse; it is a performance on the emotional level with artistic means. Our vision is to afford digital natives an opportunity to constructively and collectively confront the issues of censorship, surveillance, identity, cultural amputation and control by catering to the target group's communicative, technological, and cultural needs," says Salvatore Vanasco. Both intriguing and disturbing, this unique sensual experience will not soon be forgotten. *fk*



Photos: Michael Kleinat

Wie eine Spielkonsole für Riesen: überdimensionierte Modelle einer bildschirmbasierten Maschinensteuerung
A game console for giants? No, outsized models of on-screen control panels

WIE AUS EINEM GUSS

Hochpräzisions-Fräsen und höchstauflösende s&f-Bildtechnik im Großformat

Die EMO (Motto: „Intelligence in Production") in Hannover ist die Leitmesse für Metallbearbeitung, die größte Ausstellung für Spezialfräsmaschinen ihrer Art. Beispiel DMG MORI SEIKI. Auf fast 10.000m² Fläche stellte das weltweit vor allem im Werkzeugmaschinenbau agierende Unternehmen 97 Hightech-Exponate vor, davon 18 Weltpremieren. Die Herausforderung für satis&fy: das für DMG MORI SEIKI durch die Agentur Montfort komplett neu entworfene Messekonzept umzusetzen. Es beinhaltete die Präsentation der neuesten Generation Maschinen und deren Steuerung über gigantische Monitoraufbauten. Eine bis zur letzten Glasfaser durchdachte, überdimensionale Videoinstallation als Transportmedium für die weltweit führende DMG MORI SEIKI Ingenieurs- und Handwerkskunst.

Der Plan: vier über 25m² große Videobildwände sollten aus jedem Gang der Messehalle 2 zu sehen sein. Das satis&fy Video-Team mit Projektleiter Dirk Holzhäuser-Herz entwarf diese Mega-Mattscheiben, die sich jeweils aus 25 Stück 60" Steglos-Bildschirmen zusammensetzten – allesamt miteinander vernetzt. 100 hochauflösende Bildschirme mussten auf dem gleichen brillanten Niveau farblich kalibriert und eingestellt werden. Auf den Monitoren: die aktuelle Produktpalette. Eingestreute Effekte lieferten spektakuläre, visuelle und akustische Höhepunkte, beispielsweise einen Jet im virtuellen Tiefflug in vielfacher HD-Auflösung, der quer über alle vier Riesenmonitore durch die Messehalle düste. Die Programmierung erfolgte im vvvv-System, Konzeption von Montfort, Umsetzung durch MESO.
Nur wenige Spezialfirmen in Deutschland bieten eine derart ausgereifte und dimensionierte Übertragungstechnik an. Allein zum Aufbau einer Bildwand arbeiteten jeweils vier Spezialisten insgesamt zwei Tage lang. Für den (achtwöchigen) Auf- und Abbau und die Betreuung während der sechstägigen Messe schickte satis&fy circa 30 Leute aufs Messeparkett – allesamt High-End-Personal. Übrigens mussten zusätzlich noch 128 Bildschirme verschiedener Größe aufgebaut und teilweise auch vernetzt werden.
Eine weitere außergewöhnliche Videoperformance auf demselben Messestand, ebenfalls als Weltpremiere, lieferte der Nachbau von gleich vier nagelneuen DMG MORI SEIKI Maschinensteuerungen. Der Originalbildschirm mit einer Größe von 21,5" wurde im Supersize-Modell inhaltlich direkt auf einen 103" Bildschirm gespiegelt. An jedem dieser Modelle konnte somit eine Vielzahl von Messebesuchern die Steuerung der Maschinen per Spezialsoftware im laufenden Betrieb verfolgen. Für den staunenden Laien übrigens kaum nachvollziehbar, wie ein einziger Fräsroboter beispielsweise ganze Motorblöcke für Schiffe aus einem Stück Metall fräst. Eindrucksvolle DMG MORI SEIKI Hochpräzisionstechnik, visualisiert durch ausgereiftes satis&fy-Video-Know-how. Ein Messekonzept wie aus einem Guss. *mf*



Eindrucksvolles Großformat: vier 25m² große Videobildwände dominieren die riesige Halle
An impressive format: Four 25-m² video screens dominate the colossal hall.

ALL OF A PIECE!

Micromachining Excellence Paired with s&f's XXL HD Video Technology

Intelligence in Production – that was the motto of Hanover's EMO show, the leading metalworking fair and largest exhibition for specialty milling and turning equipment. Take, for example, DMG MORI SEIKI. This global machine tool company presented 97 high-tech devices on nearly 10,000m² of floor space, including 18 that the world had never seen before. The challenge for satis&fy was to implement a newly designed showcase envisioned by the MONTFORT agency. The latest generation of DMG MORI SEIKI machines and their control units were to be shown on enormous monitors. The outsized video installation was painstakingly planned right down to the last optical fiber to provide a fitting vehicle for DMG MORI SEIKI's world-class accomplishments in engineering.

The plan called for four 25+ m² video screens to be seen from every aisle of exhibition hall 2. The satis&fy video team headed up by project manager Holzhäuser-Herz designed these mega monitors, each comprised of 25 seamless 60" displays, all of which were networked. 100 HD screens had to be color-calibrated and adjusted to the same brilliant level. DMG MORI SEIKI presented a selection of its current products on these monitors. Product promos were interspersed with special-FX clips that served up some spectacular visual and audio highlights such as a jet hurtling on a diving run around the hall and across all four enormous monitors in glorious HD images. The programming was done on a vvvv-system, with MESO implementing Montfort's design.
Only a few specialized companies in Germany are able to offer such sophisticated imagery in dimensions as large as this. It took four specialists two days each to erect one video wall. satis&fy deployed around 30 people for the full eight weeks it took to assemble and dismantle the set and provide support during the six-day show. What's more, the entire crew was made up of highly quality technicians who also handled sundry chores such as setting up 128 additional monitors of different sizes and networking many of them.
The exhibit featured another extraordinary video performance that was also a world premiere: Reproductions of four brand-new DMG MORI SEIKI machine control units were rendered on a supersized screen with the contents of the original 21.5" monitors blown up and shown on a 103" supersized display. This enabled large crowds to see in action the special software used to control machines. Visitors were awed and amazed to discover how a single milling robot can cut entire ship engine blocks out of a single piece of metal. satis&fy put some serious video know-how into practice to visualize DMG MORI SEIKI's impressive micromachining technology. One could say that this standard-setting showcase was as much of a piece as that engine block. *mf*

SPONSORING



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

Art Meets Design: Gemeinsam für die gute Sache

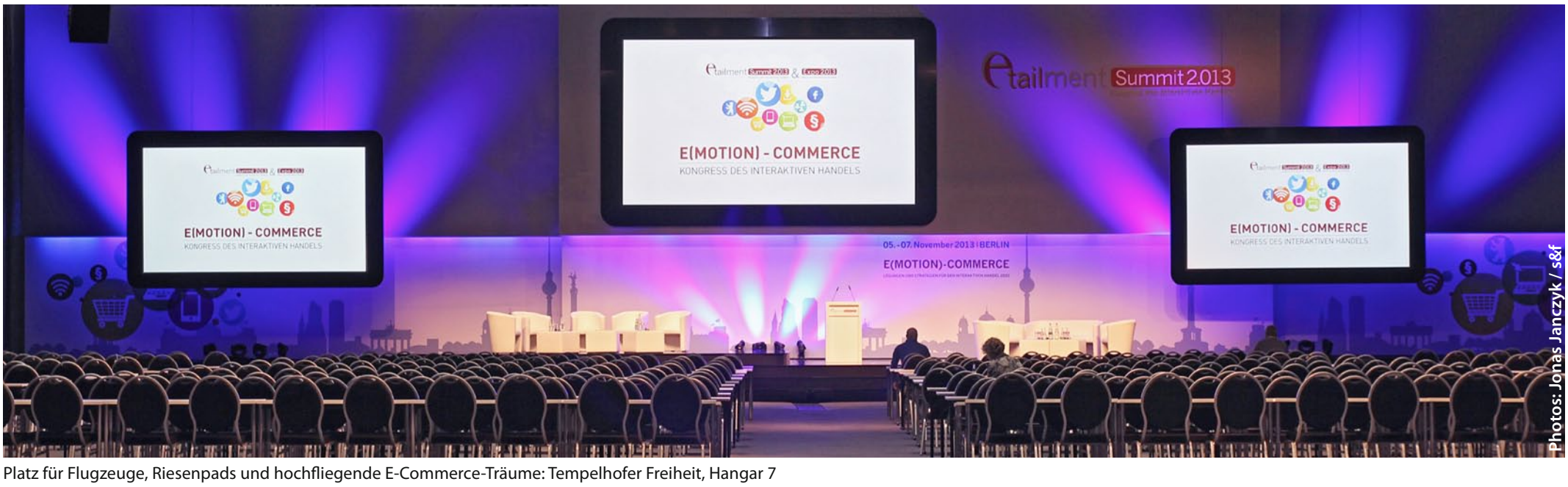
Was zeichnet Helden aus? Außergewöhnlicher Mut? Selbstloses Handeln? Nobles Denken im Angesicht größter Not? Helden kommen in so verschiedener Gestalt daher, dass man ihre wahre Natur mit ein paar Worten kaum erfassen kann. Ebenso wenig lässt sich kurz und knapp beschreiben, worin die Eigenart und Qualität von „transcendent art" liegt. NIKE entschied, das Mysterium zu erkunden, indem man Kunst und Design zusammenbringt. Gemeinsam mit Designern, kreativen Visionären und Künstlern aus Europa inszenierte der Sportausrüster in Amsterdam die Ausstellung „Real Hero", um Helden in ihren ganz unterschiedlichen Ausprägungen zu ehren. Mit an Bord und zuständig für Setting und technischen Support: satis&fy.
Als Location diente der 1885 errichtete, nüchtern wirkende Maschinenraum der Westergasfabriek. satis&fy griff diese Ästhetik auf und platzierte die Exponate auf groben Sperrholz-Paneelen und schlanken, schwarzen Säulen. Ein komplexes Beleuchtungskonzept verstärkte den Kontrast zwischen Kunstobjekt und Objektträger. Mehr als 50 Werke wechselten den Besitzer, insgesamt kamen 11.800 Euro für War Child zusammen, eine Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, überall auf der Welt Kinder in Kriegsgebieten zu schützen. *tg*

Art and Design Combine for a Worthy Cause

What is it that sets a hero apart? Extraordinary courage. Personal sacrifice. Nobility of spirit in the face of great adversity. Indeed, but it could also be argued that heroes come in so many and often unlikely guises that their true nature is unfathomable. It's like trying to capture in a few words that elusive, ineffable quality that sets transcendent art apart. NIKE decided to explore the mystery by bringing the two together. Teaming up with European designers, creative visionaries and artists, the sports outfitter staged the Real Hero exhibition in Amsterdam to celebrate heroism in all its many forms. And satis&fy was on board to provide the entire set and AV support.
The location, a building erected in 1885 to serve as the engine room for Westergasfabriek factory, made for a rather austere setting. satis&fy picked up on the venue's ascetic vibe by showcasing artworks on pillars made of low-grade plywood paneling surrounding smaller, sleeker black obelisks. A sophisticated lighting rig highlighted the contrasts between fine art and the coarse backdrop. Over 50 works were sold, raising €11,800 for War Child, a charity whose mission is to protect children in war zones around the world. *tg*

HÄNGT SIE HÖHER!

satis&fy fliegt Wände am Flughafen Tempelhof

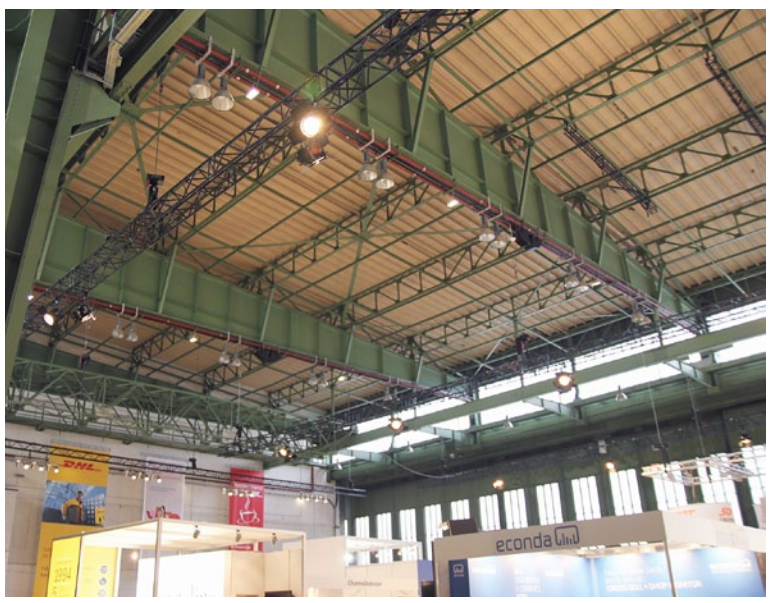


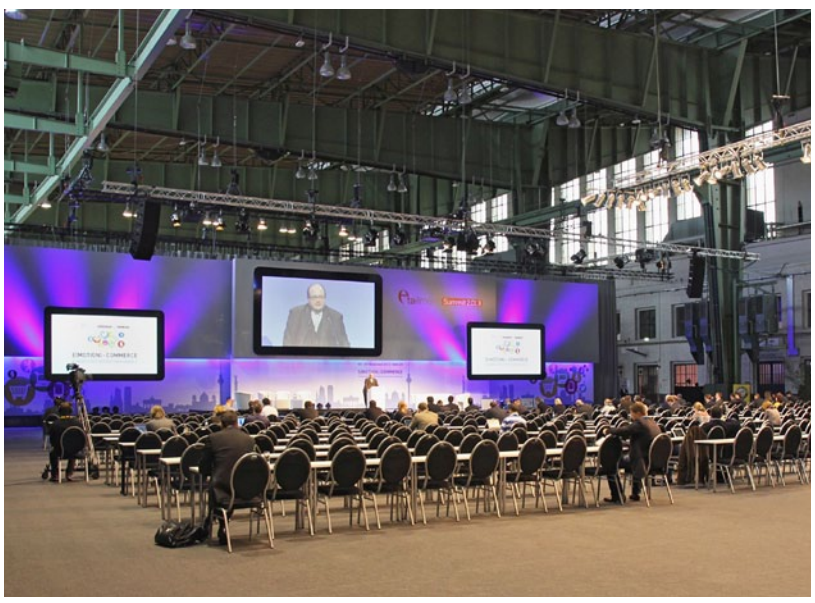
Platz für Flugzeuge, Riesenpads und hochfliegende E-Commerce-Träume: Tempelhofer Freiheit, Hangar 7
Room to spare for airplanes, mammoth pads and big e-commerce ambitions: That's freedom Tempelhof-style in hangar 7.

Manche Firmen lassen ihre Tablet-PCs in Fernost produzieren. Wir bauen sie selbst! Und größer als normal sind sie auch! So kann man sie nämlich aufhängen und wie riesige Fernseher benutzen. Geschehen auf dem etailment Summit 2.013, einer jährlichen Veranstaltung, die Messe und Kongress für den interaktiven Handel kombiniert. Die Idee für den Einsatz solcher Mega-Surf-Pads als Großleinwand hat unser Kunde, The Conference Group GmbH aus Frankfurt, entwickelt: Ein Sinnbild für das Internet als Handelsplattform. Die Gestaltung des gesamten Sets im gleichen Look war dann die logische ästhetische Ableitung. So hingen rechts und links der Bühne zwei sechs Meter breite Riesentablets und zentral eine acht Meter große Leinwand im Pad-Style. Virtuell Kaufen und Verkaufen als riesiges Erlebnis sozusagen, ganz nach dem Claim der Veranstaltung: „E(motion)-Commerce".
Aber nicht nur diese Eyecatcher, sondern auch die gesamte Licht-, Ton- und Bildtechnik inklusive Rigging kam von uns. Und weil wir schon dabei waren, haben wir uns auch gleich um alle Hängepunkte in der Messehalle gekümmert. Also kein Mach-mal-schnell-Rigging! Denn die Hallen am Flughafen Tempelhof sind ehemalige Hangars – also nicht etwa voll ausgestattete Messehallen mit einem klar vorkonstruierten Hängepunktesystem. Allein fürs Rigging haben wir deshalb vier Trailer Material nach Tempelhof gekarrt. Weitere vier Trailer verteilten sich auf den Rest. Beispiel Bühnenrückwand im Hangar 7: Sie bestand aus drei Teilen, hatte gewaltige 32,2m Breite, war ganze 0,5m dick und ging satte 7,3m in die Höhe! Eine Höhe, für die wir ein entsprechendes Stützwerk hätten bauen müssen. Das hätte aber die gesamte Ästhetik des Raums und vor allem der Wand gestört. Sie sollte schlicht die Kongresshalle in zwei Hälften teilen. Vorne die Bühne mit Kongresscharakter, hinten der Lounge-Bereich. Deshalb haben wir, wie es sich an einem Flughafen gehört, diese riesige dreiteilige Wand einfach an die Decke „geflogen" und uns damit die Stützkonstruktion erspart. Eine schlüssige Lösung, die durch eine reibungslose Zusammenarbeit der satis&fy-Gewerke vom Setbau bis zum Rigging ermöglicht wurde. Vier Tage lang waren rund 70 Leute allein für den Aufbau der Technik des Messebereichs in Hangar 6 und des Kongressbereichs in Hangar 7 im Einsatz. Trotz des enormen Aufwands fielen die 40 Tonnen verbautes Material auf den weiten Flächen und in den riesigen Räumen des Flughafens gar nicht so sehr auf.
Ein beeindruckendes Gelände übrigens, dieses einstige Drehkreuz des Kalten Krieges. Die Berliner nennen es heute „Tempelhofer Freiheit". Hier landeten zwischen 1948 und 1949 die Rosinenbomber der Westmächte und versorgten über die Luftbrücke die damals durch die Sowjets komplett abgeriegelte Stadt Berlin. Eines dieser Exemplare stand deshalb auch in Halle 7 als Symbol der Freiheit des Einzelnen und des grenzenlosen Warenverkehrs.
Auch wir genießen immer wieder die Tempelhofer Freiheit, die uns das Gelände und die Gebäude auf dem traditionsreichen Flughafen bieten: Logistisch unheimlich gut zu erreichende Gestaltungsflächen und Räume, die endlos Platz für die Umsetzung von innovativen Ideen bieten. Ein faszinierendes Ambiente, das uns immer wieder neu inspiriert. Allein schon wegen dieser räumlichen Dimensionen ist in Tempelhof exaktes Planen und Arbeiten unerlässlich. Da kommt uns allemal entgegen, dass wir hier nicht zum ersten Mal im Einsatz waren.
Immerhin drei Tage lang nutzten die 87 Aussteller sowie die Vertreter des Handels, der Politik und der Medien unsere Bühne für Preisverleihungen, Vorträge und Branchenmeetings. Viele erfahrene, weitgereiste Top-Entscheider des interaktiven Business nahmen teil. Einziger wirklicher Nachteil von Tempelhof: Ein Direktflug zu diesem Airport ist nicht mehr möglich, der Flugbetrieb wurde Ende 2008 eingestellt. Wände fliegen geht allerdings immer! *mf*

SATIS&FY SAYS HANG 'EM HIGH

Walls Fly at Tempelhof Airport





Erschwerte Riggingkonstruktion: Die ehemaligen Hangars besitzen kein klar vorkonstruiertes Hängepunktsystem
Heaven for event planners, hell on riggers: These former hangars lack built-in pick points.

Some companies have their tablet PCs made in the Far East; we build them ourselves. What's more, we make an XL version that we can mount on walls and ceilings for use as an outsized TV. This was recently the case at the etailment Summit 2.013, an annual e-commerce exhibition and conference. Our client, Frankfurt-based The Conference Group GmbH, came up with the idea of installing mega surf pads to symbolize the Internet's role as a retail platform and serve as mondo monitors. Logic and aesthetics dictated that the next step would be to design the entire set around that look. Two enormous tablets measuring six meters across went up to the right and left of the stage, flanking an eight-meter, pad-style screen. Providing a big-picture portrait of the online trading experience, these striking visuals certainly captured the spirit of the event's credo, E(motion)-Commerce.
But it wasn't just these eye-catchers we were called upon to deliver. All the lighting, sound, video and rigging equipment came courtesy of s&f. We even provided the pick-points in the exhibition hall. The halls at Tempelhof Airport are actually huge aircraft hangars. They lack the permanent rigging points found in fully-equipped exhibition halls, so the standard shortcuts that make rigging much easier weren't there for our convenience. We had to haul an extra four trailers worth of rigging gear to Tempelhof. Another four carted the rest, including the stage backdrop for hangar 7, which was to serve as a partition dividing the hall in half. The usual convention stage and audience area was to be up front; the lounge area in back. This wall consisted of three sections, measured 32.2m across, was 0.5m thick and stood a towering 7.3m tall. A barrier as sizeable as that needs a supporting structure, but that would have detracted from the room's vibe and the wall's visuals. We let the venue's origins inspire us and flew the colossal three-piece divider from the ceiling, sparing us the necessity of a support structure. The satis&fy set and rigging crews collaborated closely to come up with this streamlined solution. It took some 70 people four days to install the equipment and props in hangar 6 for the fair and the convention area in hangar 7. The logistics effort may have been Herculean, but the vast caverns of the airport facility had room to spare even after the 40 tons of material used to construct the sets were brought in.
Called Tempelhof Freedom by Berliners, this former Cold War hotspot is an impressive monument. Western powers landed their Candy Bombers here during the 1948-49 Berlin blockade. The Allied forces had to airlift in all supplies as the Soviets had cordoned off the entire city. One of these aircraft was displayed in hall 7. A fitting symbol of humankind's desire for freedom and ability to move goods across frontiers, the plane could also be seen as a tribute to free trade, which was, after all, a big theme of this event.
Today we enjoy that Tempelhof freedom in a very different way. The logistics are most convenient, as the landmark airport couldn't be easier to access. The grounds and rooms offer practically unlimited space for putting innovative concepts and ideas into action. Its fascinating ambience is a perennial source of inspiration. However, the venue's monumental scale requires painstaking precision in both planning and execution. Fortunately, we've been here a time or two so we know what makes Tempelhof tick.
Our set saw three days of heavy use with the promoter staging award ceremonies, speeches, presentations, daily press conferences and industry meetings involving 87 exhibitors, entrepreneurs, politicians and the media. Many top decision-makers in the ecommerce business logged untold flyer miles to attend the show. This brings us to Tempelhof's only real drawback: Air traffic operations ceased in late 2008, so direct flights are no longer available. Perhaps they'll resume when pigs fly. Or walls, maybe.
mf

LED THE SHOW BEGIN!

Komplexer Licht-Backdrop für Sportfreunde Stiller

A Sophisticated Backdrop for Sportfreunde Stiller



Photo: Herr Lehmann

So begeisterten die Sportis allein optisch ihr Publikum
Spelling out the band's name in big, bold letters

Wer auf Sommer-Festivals die Menge mitreißen will, muss nicht nur geile Musik liefern. Das wissen auch die Sportis. Lichtdesigner Bertil Mark und JoJo Tillman von Les Urban Progressives orderten bei satis&fy eine bühnenbreite, hinterleuchtbare LED-Wand, dazu mannshohe LED-Frames mit den stählernen Buchstaben „Sportfreunde". Alles mit Content und Video bespielbar und, da die SFS diesen Sommer nicht immer Headliner waren, schnell auf- und abbaubar.
„Ein strammes Projekt", fanden der technische Leiter Frank Simon und der Projektleiter Lui Helmig. Die Produktion nahm viel Geist und Zeit in Anspruch, Gestaltung und Ausführung wurden „im virtuellen Besprechungsraum", sprich per Telefon und E-Mail, abgestimmt. Denn die Sportfreunde und ihre kreative Entourage waren parallel auf Hallentour.
„Eine Wahnsinns-Zusammenarbeit der Supports Licht, Bild und Eventarchitektur inklusive der Schreinerei", erinnert sich Frank Simon. „Extern kamen eine Schlosserei für die Buchstaben und ein Statiker zur Berechnung der Stabilität hinzu."
Die LED-Programmierung erfolgte improvisiert in einer der s&f-Hallen in Karben, wo die Crew parallel am raschen Auf- und Abbau schraubte. Alles wurde in eigens gefertigte Dollys verpackt, es wurden Racks gebaut und Kabelbäume konfektioniert.
„Wir haben fast nur nach Plan B oder C gearbeitet", grinst Simon. „Trotzdem sind wir mit Ruhe und Verstand an das Thema herangegangen. Geliefert haben wir dann einen perfekt funktionierenden, voll belastbaren Prototyp eines innovativen Lichtdesigns." Die Sportis hat's gefreut und die Fans auch, wie die Facebook Einträge zum Lichtkonzept belegen.
wk

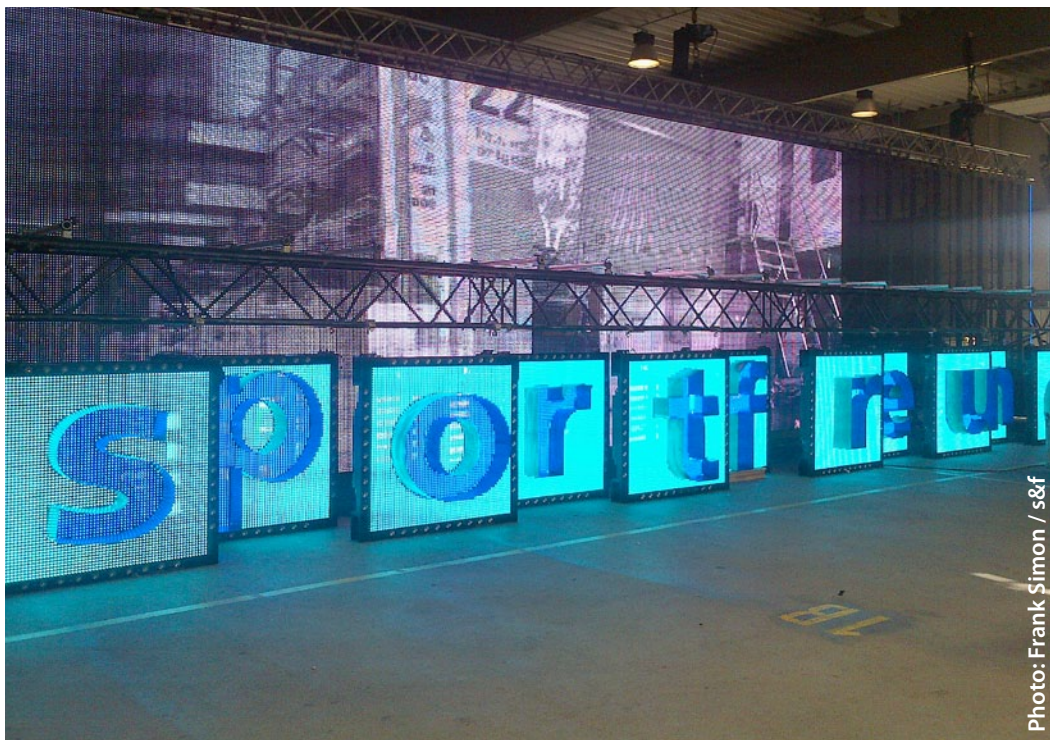


Photo: Frank Şimon / s&f

Die speziell gefertigten Buchstaben im Test bei satis&fy
The custom-designed letters pass the s&f benchtest.

It takes more than merely great music to get the crowds at festivals hopping. Just ask Sportfreunde Stiller (SFS). Lighting designers Bertil Mark and JoJo Tillman from Les Urban Progressives tasked satis&fy to provide a backlit LED screen as wide as the stage and six-foot LED frames with steel letters spelling out Sportfreunde. SFS was not slated to headline every summer gig, so these backdrops for images and videos had to be streamlined for fast assembly and disassembly.
Technical leader Frank Simon and project leader Lui Helmig say this "challenging project" took a lot of brainstorming and design effort. Most of it was done in virtual conferences by phone and email while the combo and its creative entourage were touring indoor venues.
As Frank Simon recalls it, "The collaboration between the lighting, video, set support and carpentry crews was awesome. We had a little outside help from the fitter who furnished the letters and the structural engineer who calculated load requirements."
LED programming was done on the fly in one of the s&f halls at Karben while the crew worked on cutting down setup and disassembly time. All the gear was shoehorned into racks with prewired harnesses and carted on dollies built specifically for this purpose.
"We worked almost entirely according to make-shift plan B or C," says Simon with a laugh. "But we managed to keep cool, calm and collected enough to deliver an innovative prototype lighting rig that was ready for heavy duty and worked perfectly."
The band was delighted and so were fans, as the many Facebook comments on the light show attest. *wk*

FOR SALE: THE BRITISH WAY TO DRIVE



Photo: Thomas Dirk Heere

satis&staubfrei! Die neue Residenz für Rover und Jaguar in Frankfurt glänzte zur Eröffnungsfeier
Rising from the dust, Frankfurt's new Rover and Jaguar residence positively gleams at the opening ceremony.

Einen roten Teppich für dieses Autohaus! Da wollte das Ordnungsamt Frankfurt mitreden. Der gebührende Abstand zum Fahrradweg musste eingehalten werden. 1,6 Meter. Die Behörde maß und nickte ab. Damit wurde der Läufer Teil der eleganten Gesamtanmutung, mit der das neu eröffnete Autohaus Glinicke die Premierengäste anlockte. Die Stars: Rover & Jaguar!
Die Frankfurter Agentur Eisele Communications lieferte das Konzept. s&f besorgte das treffende Ambiente dazu, inklusive Ton-, Licht-, Bildtechnik und Deko. Weißes Lounge-Mobiliar. Eine elegante Bar im Jaguar-Armaturenboard-Look. Ein samtschwarzes, 6x4 Quadratmeter großes Bühnenpodest für die Offroad-Cracks: Range Rover! Am Ende war sie in jeder Ecke dieser einst von Opel genutzten Verkaufsfiliale unübersehbar: die 12-Zylinder-Botschaft. satis&fy-Projektleiter Tobias Holler und seine Leute nahmen sie wörtlich. Sie gestalteten die schnöden Hallen an der Hanauer Landstraße zur British Coach Lounge um. Keine unerotischen Werkstattwaschbecken, keine Stolperkabel (sondern Einsatz von Akku-LEDs), null Baustellenstaub! Stattdessen unaufdringliches British Understatement. Tobias: „Voraussetzung war, dass wir den Style nicht verändern, sondern bewahren bzw. verstärken." Und selbstverständlich: Keine Flecken hinterlassen, keine Kratzer, keinen Staub! Nicht so leicht bei drei Trailern voller Material und Dutzenden von Kollegen, die durch die Halle wuselten. Tobias: „Nach dem Abbau haben wir das Autohaus zum Morgengrauen mehr als besenrein übergeben." Alles Gute, Glinicke! *mf*



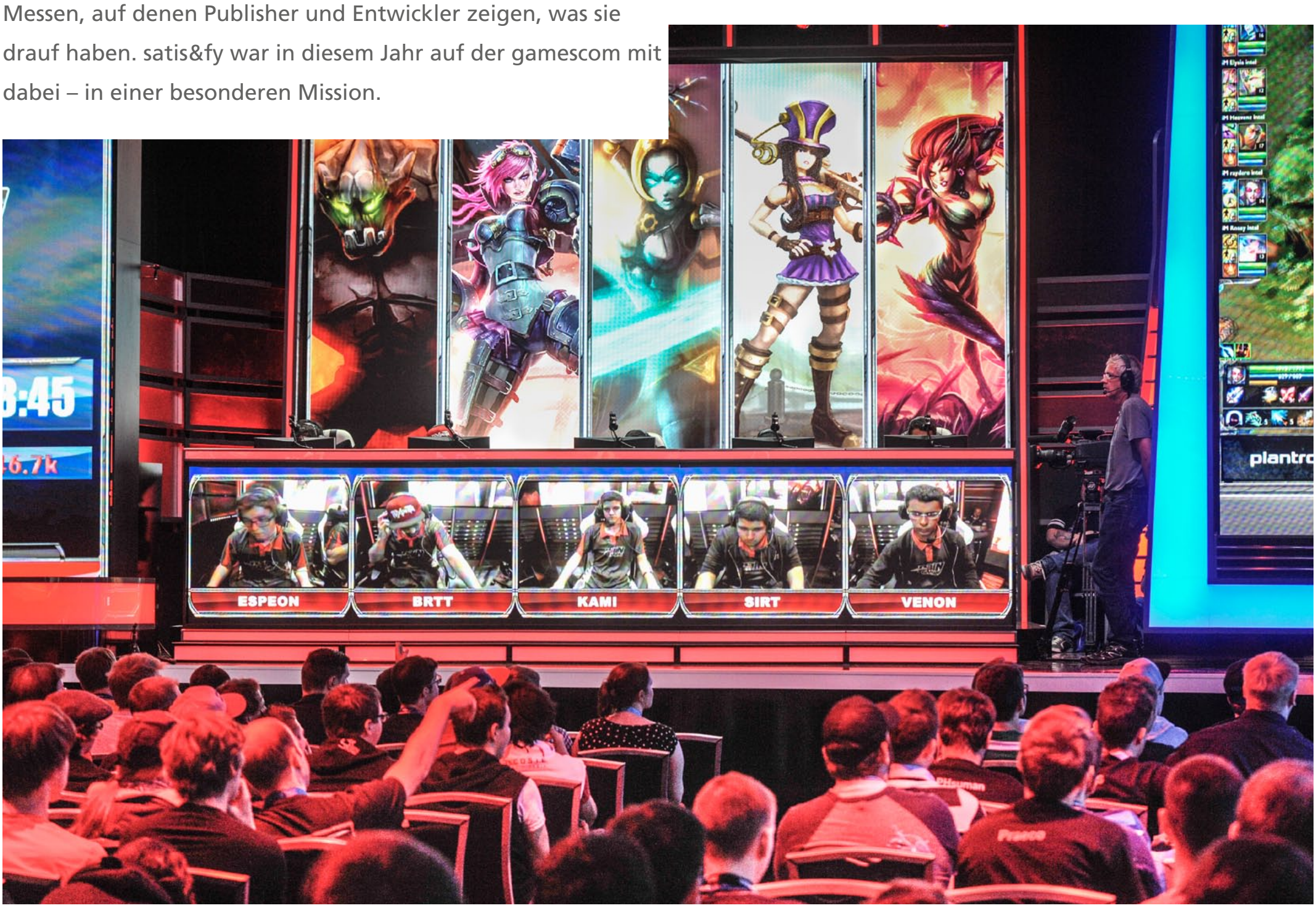
Photo: Gudrun Muschala

Offroad im Anzug – das Autohaus Glinicke präsentiert sich durchweg elegant
SUVs paired with sartorial splendor at the Glinicke dealership's sharp-dressed showcase

No car dealership is going to roll out a red carpet without the Frankfurt Ordnungsamt's say-so. Anything less than the proper 1.6m distance to the bike path would be pure anarchy. But the rug passed the Office for Public Order's measuring tape test and ushered guests into the new Glinicke dealership's opening-day showcase for the star attractions, Rover & Jaguar.
The Frankfurt agency Eisele Communications designed the set; satis&fy crafted the perfect ambience with AV gear, lighting and props. White lounge furniture figured prominently. A posh bar mimicked the look of an elegant Jaguar dashboard. A jet-black 6x4m stage provided the plinth for the raja of off-roaders, a Range Rover. With the showcase firing on all 12 cylinders, the message went out loud and clear to every corner of rooms once used by Opel. s&f project leader Tobias Holler and his crew certainly took it to heart, turning the humdrum premises on Hanauer Landstrasse into a British coach lounge. Out with the construction site dust, unsightly workshop sinks and cables that could trip guests; in with battery-powered LED lighting and sleek-yet-stylish British understatement. Tobias: "We were to preserve and enhance rather than change the style." And dozens of crew members hustling through the halls with three trailers full of gear were expected to leave no stains, scratches or dust. Tobias: "After tearing down to the crack of dawn, we left the dealership squeaky clean." Here's wishing Glinicke many happy returns. *mf*

LEAGUE OF LEGENDS – LAST LEVEL COMPLETED

Die Spielebranche boomt und mit ihr die Veranstaltungen und Messen, auf denen Publisher und Entwickler zeigen, was sie drauf haben. satis&fy war in diesem Jahr auf der gamescom mit dabei – in einer besonderen Mission.



Show 2.0: Profis spielen vor, hunderte Zuschauer fiebern mit
Show 2.0: The pros vie for victory, riveting hundreds to their seats.

Vor 30 Jahren tauchte das erste Mal ein dicker, kleiner Klempner mit blauer Latzhose und roter Mütze auf Konsolenbildschirmen auf. Seither ist viel passiert. Video- und Computerspiele sind erwachsen geworden. Das betrifft nicht nur ihre Zielgruppe. Der durchschnittliche Gamer in Deutschland ist laut dem Bundesverband interaktiver Unterhaltungssoftware (BIU) 32 Jahre alt, 36% sind 40 Jahre und älter. Die gesamte Branche hat eine unübersehbare kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung bekommen. Folgerichtig eröffnete Bundeswirtschaftsminister Philipp Rösler, über den Status eines freakigen Zocker-Techies gewiss erhaben, die weltweit größte Messe für interaktive Unterhaltungselektronik, die gamescom 2013 in Köln. Unter dem Motto „Next Generation of Gaming" buhlten dort über 600 Aussteller um die Gunst der 340.000 Besucher und 6000 Journalisten. Ein Publisher, der hier auffallen will, muss eine Menge bieten.

Wenn passionierte Gamer von „LoL" sprechen, heißt das nicht, dass sie sich gerade kaputtlachen. LoL ist die Abkürzung für „League of Legends", eines der ganz großen Computerspiele im E-Sport. Weltweit treten Mannschaften in Championships gegeneinander an, und die Fans sehen begeistert zu, ganz so wie Fußballfans ins Stadion gehen, um ihre Helden zu sehen. Eine besondere Gelegenheit, League-of-Legends-Profis bei einem Battle zu beobachten, bot sich in diesem Jahr bei der gamescom. satis&fy hatte erheblichen Anteil daran, dass die Fans die Magie des Spiels auf fünf Screens



LoL – professionell moderiert
Color commentary fort he battle of LoL

verfolgen konnten – und dabei nicht ahnten, dass die eigentliche Challenge, das Spiel vor dem Spiel, mindestens so spannend war, wie League of Legends selbst.

Das Gameplay

Alles startete mit einem Telefonanruf bei Projektleiter Aleksandar Dojcinovic. Wenn es bei ihm klingelt, beginnt die Nummer meistens mit 001 – USA calling. So auch hier. Man suche einen europäischen Partner für die gamescom. Für einen Messestand. Mit Bühne. Und Zuschauerbereich. Und Gamer Desk. Und Moderatoren Counter. Einen Besuchermagnet eben. satis&fy könne so etwas doch gut. Habe man gehört. Ja, man rufe auf Empfehlung an. Und schnell sei satis&fy doch auch? Es pressiere nämlich ein wenig. Die Messe sei ja in ein paar Wochen. Der Herr von „Production Associate", der Produktionsfirma für Riot Games, legte auf; und Aleks verließ sein Büro, um sich an ein Team von Multiplayern zu wenden. Nicht, ohne sich vorher still darüber zu freuen, dass der gute Ruf von satis&fy offensichtlich auch in den Staaten seine Runde machte. Das hier war ein toller Vertrauensvorschuss, und man würde ihn nicht verspielen.

Die Quest

Wenn s&f-Menschen von Ton-, Licht-, Bildtechnik, Design und Eventarchitektur an einem Tisch sitzen und über ein Projekt reden, greift ein Rädchen ins andere. Alles ist nahtlos aufeinander abgestimmt, die one-stop-solution wird Wirklichkeit. Steuern wir einzelne Leistungen zum großen Ganzen bei, ist die Herausforderung ungleich größer. Im Koop-Modus entwickelt das Team das perfekte Baukastensystem. Wie genau man gearbeitet hat, entscheidet sich im großen Showdown vor Ort. Passen die LED-Panels aus Belgien haargenau in die gefertigten Rahmen? Kann die E-Werkstatt unter dem extremen Zeitdruck die Verkabelung der LED-Leuchtstreifen für die externen Lichttechniker passgenau vorbereiten? Gelingt das Einsetzen des 4,95 Meter hohen und 1,40 Meter tiefen Main Screens auf den Millimeter? Für so viel Präzision sind Geschicklichkeit, Erfahrung und Coolness der Spieler gefragt. Also hieß es: Zeichnen und Rendern, bis das Grafik-Tablet glüht. Schlaf wird sowieso überbewertet (alte Gamer-Regel).

Die Zwischengegner

Die Herausforderungen begannen an einer Stelle, die für die Messebesucher unsichtbar blieb: Die Verpackungen der einzelnen Teile. Der Stand sollte wiederverwendbar sein, also mussten spezielle Holzkisten konzipiert und gebaut werden, die den Transport sicherten. Wer diese Planung sauber hinbekommt, hat aber erst Level 1 erreicht. Es versteht sich von selbst, dass ein Messestand für ein Spiel, das Preise für seine „Visual Arts" bekommen hat, eine Top-Optik haben muss. Alles, einfach alles, sollte hochwertig aussehen, die Detailverliebtheit und die Qualität des Games ausstrahlen. Eine schwarze, hochglänzend verkleidete Bühne und hochglänzende Metallicfarben kamen zum Einsatz. Das bedeutete: die Sache musste sitzen. Vor Ort etwas ergänzen, ändern, anstückeln – Fehlanzeige.









Spielen und spielen lassen: League of Legends als cooles Event

The League of Legends event: A furious face-off with cool gamers and hot action

Grafiken auf der Standrückseite mit Türen für den Bühnenauftritt erforderten ebenfalls Präzisionsarbeit. Im Hinterhalt lauerte außerdem ein weiterer Gegner: die Statik. Allein die riesigen Screens brachten ein enormes Gewicht mit. Um diesen Bösewicht auszuschalten, wurde ein spezielles Bühnensystem dazu gemietet, das die Last tragen konnte. Wer allerdings glaubte, nun mit gezücktem Schwert auf das große Finale zustürmen zu können, sah sich einem besonders gefährlichen Monster gegenüber:



Beeindruckendes Bühnenbild, auch dank satis&fy
What an impressive set thanks to s&f, among others

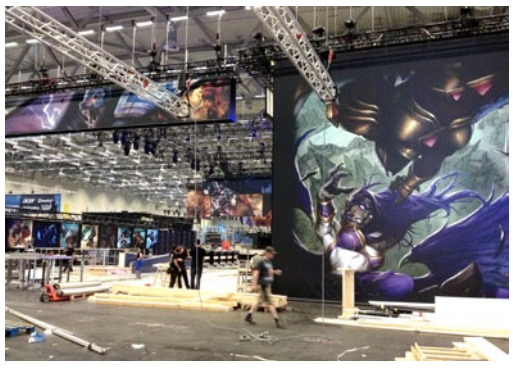
der Zeitverschiebung. Sie ist ein Timekiller, der die dringend benötigte Zeit raubt. Für die Abstimmung mit dem Kunden bedeutete das, die eigene Arbeitszeit auch mal in Richtung Eastern Standard Time zu erweitern. Erfahrene Spieler halten so die Macht des Gegners klein.

Der Clan

Das erfahrene Multiplayer-Team bestand zum größten Teil aus coolen Spielern der Abteilung Produktion, die es gewohnt sind, kooperativ zu spielen. Im Kampf mit der Zeitverschiebung glänzte allen voran Imkje Wies, die als administrative Leiterin die Sache bis ins Detail überblickte. In Abstimmung mit Teamleiter Daniel Klein hielt sie die Fäden zusammen und sammelte unzählige Punkte für das Team. Fabian Samland – in der Abteilung mit Marco Niegel und Anna Borst unter anderem verantwortlich für Bühnenbilder, Sonderkonstruktionen und Pläne – spielte souverän verschiedene Rollen als Konstruktionszeichner, als Herr über alle Fertigungspläne sowie als Schnittstelle zur Schreinerei. Hier übernahmen Christian Trögeler, Mehmet Gürbüz, Sebastian Breu und Paul Lederer das Gefecht mit den Holzteilen. Sechs weitere Schreiner und drei externe Schreinereibetriebe verstärkten den Clan. Zwei Plexiglasexperten wurden für die Verkleidungen der LEDs hinzugezogen. Ohne echte Level 30-Spieler lässt sich diese Mission nicht erfüllen.

Der Endgegner

Im letzten Level des Spiels kann man alle erworbenen Fähigkeiten einsetzen, um es zu vollenden. Das Team hatte keine Ahnung, wer der Endgegner sein



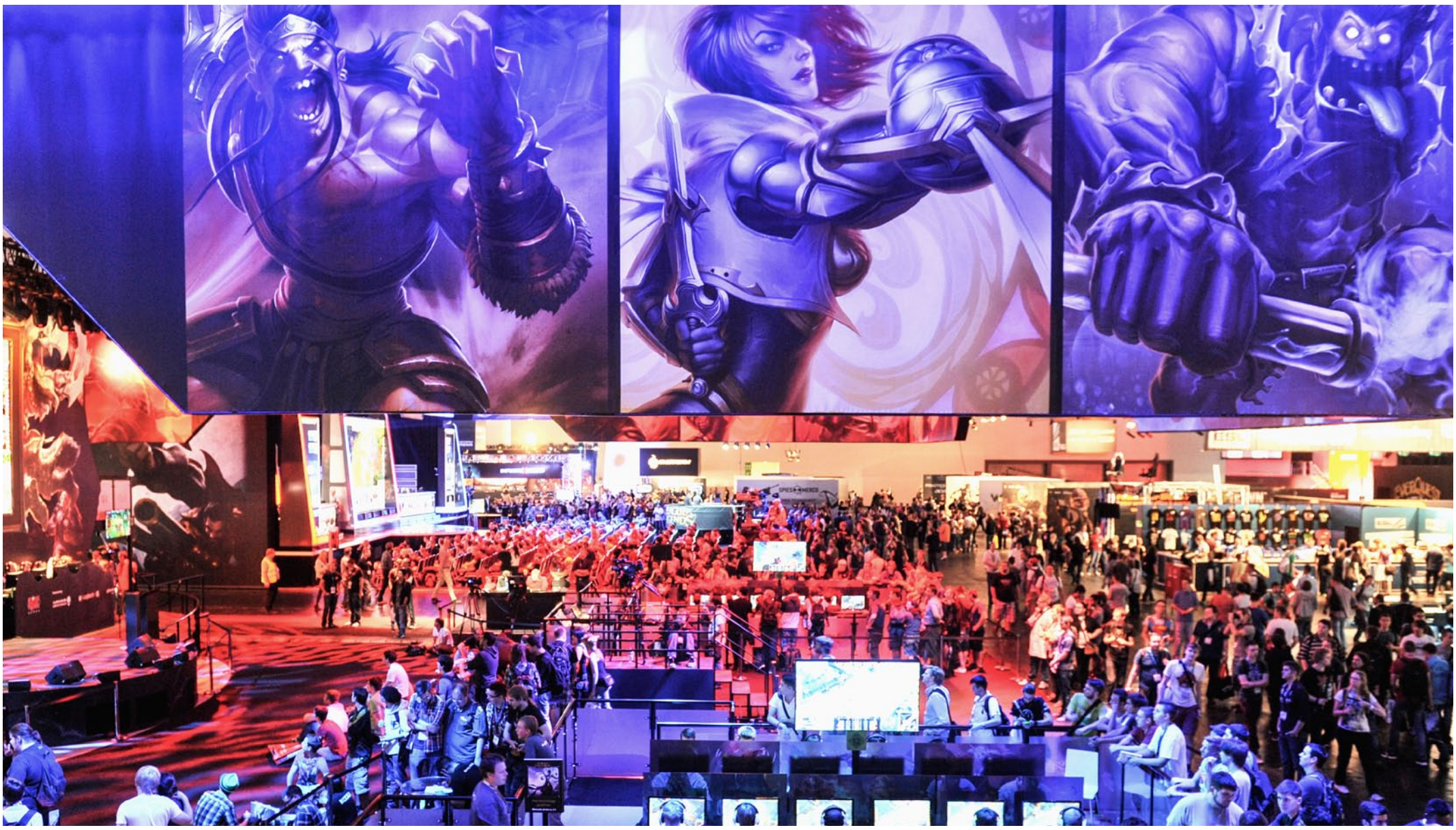
Showdown im Kampf gegen die Zeit
Showdown time in the battle against the clock

würde, und blieb hochkonzentriert. Als er dann schließlich auftauchte, wurde es härter als gedacht. Sieben Tage waren zum Aufbau angesetzt, für gute Team-Player ein machbares Timing. Doch es gehört nun einmal zum Wesen von Endgegnern, Pläne zu durchkreuzen. Er tötete einen Tag in der Abstimmung mit den externen Partnern. Der Endgegner hatte seine Maske fallen lassen – es war die Zeit.

Auf vier Trailern rollte das perfekte Baukastensystem nach Köln. Doch wie konnte man einen kompletten Tag im Aufbau einholen? Es mussten dringend ein paar Power-ups her, zusätzliche Kräfte, die das Unmögliche möglich machen. Der Fight begann, und er war hart. Schon oft hat man bei s&f mit der Zeit gekämpft, immer erforderte es im letzten Level extremes Können. Eine Nachtschicht wurde eingelegt, die Mannschaft verstärkt. Als die letzten Möbel direkt auf die Baustelle geliefert wurden, weil zuvor der Lack noch nicht getrocknet war, gab es keinen Zweifel mehr. Der Kampf war entschieden, die Zeit besiegt. Und als die ruhmreiche Mannschaft den Ort des Geschehens verlassen hatte, strömten tausende Besucher auf den Stand, um einem neuen, ganz anderen Fight entgegen zu fiebern. Das Spiel konnte beginnen.

Ausblick auf Season 2

Schon zum Spielstart war klar: Das Einlagern der Teile in Kisten ist ganz im Sinne der Nachhaltigkeit. Denn sie werden bald wieder gebraucht werden. Noch vor Jahresende wird wiederum in Köln eine weitere Veranstaltung zu League of Legends stattfinden. Und was wird bei der gamescom 2014 passieren? Und wer wird sie eröffnen? Wir bleiben gespannt und halten alle magischen Fähigkeiten für einen neuen Einsatz bereit. *hs*



Ein Stand als Besuchermagnet – hier konnten Fans in ihr Spiel eintauchen
Countless fans flocked to this visitor magnet of a stand to get their game on.

LEAGUE OF LEGENDS – LAST LEVEL COMPLETED

The game industry is booming, and so are events where publishers and developers gather to showcase their accomplishments. Loathe to miss out on the action, satis&fy deployed to this year's gamescom on a very special mission.

That chubby little plumber in blue overalls and red cap first appeared on console screens 30 years ago. A lot has happened since; video and computer games have come of age. The target audience is also getting a little longer in the tooth. According to the Trade Association of Interactive Entertainment Software (BIU), the average gamer in Germany is 32 years old; around 36% are 40 and over. The industry has become a cultural and economic powerhouse as the status of the 2013 gamescom's keynote speaker Philipp Rösler would attest. Germany's Federal Minister of Economics, surely not your average gamedom denizen, opened this year's show, one of the largest European fairs for digital games, in Cologne. With over 600 exhibitors vying for 340,000 visitors and 6,000 journalists' attention, a publisher seeking to stand out has to offer something eye-catching in the way of the show's slogan, the "Next Generation of Gaming."

When avid gamers bring up LoL, they're not talking about big belly laughs. It's the abbreviation for League of Legends, an iconic e-sports event. Teams compete in tournaments to take part in world championships with real fans gathering to see their heroes do virtual battle just like conventional football fans flock to arenas. Visitors to this year's gamescom were afforded the opportunity to watch League of Legends professionals clash. And satis&fy was instrumental in ensuring fans were able to see these wizards work their magic on five screens. When the job came up, the firm had no idea that the real challenge, the game before the game, would be at least as exciting as the League of Legends itself.

Let the Games Begin

It all started with project leader Aleksandar Dojcinovic's phone ringing. Usually, the 001 prefix appears in the display, telling him it's the USA calling. In this case, a prospective client was seeking a European partner for gamescom. He wanted a showcase with a stage, spectator area, gamer desk, and a counter for presenters. A visitor magnet was needed. satis&fy, which was said to be good and fast at that kind of thing, got the call on recommendation. The deadline was approaching fast; the show was just a few weeks away. When the man from Production Associates, the Riot Games production company, hung up, Aleks left his office to consult with a multiplayer team. He was secretly delighted that satis&fy's good reputation had spread all the way to the States. The client had made a great leap of faith, and he wasn't about to squander this opportunity.

The Quest

When s&f sound, lighting, visual art, design and set specialists convene at a table to talk about a project, it's like watching intricate clockwork. Every cog meshes seamlessly with the next to make the one-stop solution tick. The challenge is that much greater when the brief calls for select services to be contributed to a greater whole. Working in co-op mode, the team developed the perfect modular system. Painstaking attention to detail pays when it's crunch time on site. Will the custom-made frames fit the LED panels from Belgium like a glove? Can the workshop electricians, toiling under tremendous deadline pressure, wire the LED lighting so outside technicians would have no trouble connecting the strips? Will the 4.95 x 1.4m main screens fit into the mounts without a millimeter to spare? It takes players with skills, experience and nerves of steel to draft, render and deliver with that kind of precision. So they worked those graphics tablets till they glowed. Seasoned gamers say sleep is overrated anyway.

Road Rogues & Other Villains

The first challenge was posed by a foe visitors would never see – the wear and tear of the road. The booth was to be reusable so special wood crates had to be designed and built to protect all the puzzle pieces from the rigors of the road. And tackling that chore was just enough to get the players past level 1. The more daunting dare was to devise a fair showcase for a game known to rakes in the visual arts awards. Nothing is too trivial for designers determined to do justice to this game's striking visuals and ridiculously rich minutiae, so the team obsessed over every detail. The stage was clad in black high-gloss paneling; shimmering metallic finishes also figured prominently. With paintjobs as intricate as this, every piece and fitting had to be spot on right out of the shop. There was no room for last-minute add-ons or touchups on site. The graphics and stage doors at the back of the set also required precision craftsmanship. Another unseen enemy lurked, waiting to spring an unpleasant surprise: structural stress. The weight of the colossal screens alone was enormous. A special staging system with plenty of load-bearing capacity was rented to eliminate this peril. But there was another ogre to defeat before the crew could rush to the grand finale with swords aloft, howling battle cries. The difference between times zones is a steely-eyed killer – of time, that is. The crew was on CET, the client on EST. Working hours were adjusted to synchronize the two. Veteran players know that agility is the one weapon that can keep an opponent as powerful as time in check.

The Clan

The seasoned crew consisted mostly of unflappable players with some serious game in the production department. They know that multiplayer action is all about teamwork. Administrative head Imkje Wies was instrumental in taming the time difference. Joining forces with team leader Daniel Klein, she helped pull the strings and keep the team on track to score countless points. With the able support of Marco Niegel and Anna Borst, Fabian Sambia handled the scenic stuff, special designs and plans with a masterful performance playing multiple roles as draftsman and lord over all blueprints. He also liaised with the carpentry shop where Christian Trögeler, Mehmet Gürbüz, Sebastian Breu and Paul Lederer waged a successful campaign with all the wood parts. Six other carpenters and three outside joineries were recruited to reinforce the clan. Two Plexiglas experts helped with the cladding for LEDs. No clan sets out on a quest as daunting as this without the skills of bona fide level-30 players.

The Final Boss

All acquired skills have to be put into practice at a game's ultimate level. The team had no idea who the final boss would be, so it had to remain focused until the main antagonist reared its head. When it did, it proved to be a tougher opponent than anticipated. Although the plan called for seven days to set up – plenty for good team players – it is the nature of final bosses to thwart plans. This boss revealed its identity when it stole a day (spent coordinating with outside partners) from the crew.

The perfect modular system was built, but it rolled out to Cologne on four trailers behind schedule. It's hard to make up for an entire day when the timing is so tight. A few power-ups were urgently needed; reinforcements who would make the impossible possible. The battle began; it was tough going down in the trenches. Having waged many a war against the clock, s&f knows it takes extraordinary skills to master that last level. Fresh troops were brought in for some zero-dark-thirty action. All doubts were dispelled when the last of the furniture was delivered straight to the site because the paint was still wet when the crew had deployed. The decisive battle was decided; time had been defeated. And when the victorious crew decamped, thousands flocked to the stand to cheer an entirely different sort of fight. The game could begin.

Outlook for Season 2

Even before the game kicked off it was clear that storing components in crates was all in the spirit of sustainability. They will soon be needed again. Another League of Legends event is to be held in Cologne before the year is out. And who knows what will happen and who will be opening gamescom 2014? We're keeping all our sorcery skills polished and at the ready to heed the call.

hs

SUPPORTS

News from Our Crews



Light

„Es ist einfach Wahnsinn, was der Pointe alles kann", schwärmt Martin Heuser, s&f-Bereichsleiter für Licht & Rigging. Heißt das nicht „die Pointe"? Heißt es nicht. Denn hier wird Pointe „Point" ausgesprochen. Und die eigentliche Pointe kommt erst am Schluss. Martins Pointe ist, wie es sich gehört, eine Neuanschaffung im Licht-Support. Ein Moving Light von Robe, das unglaublich viel kann: „Durch seine zwei Prismen, ein statisches und ein rotierendes Gobo- sowie ein Farbrad sticht er alle vergleichbaren Effekt-Scheinwerfer klar aus!", schwärmt Martin zunächst und setzt nun, wie versprochen, die Pointe zum Schluss: „Der ultraleichte, extrem wartungsfreundliche Pointe kann sowohl als Spot als auch als Beam und Wash eingesetzt werden. Ein echtes 3-in-1-Produkt." Der Wahnsinn also für jeden anspruchsvollen Lichtdesigner!

One could say the Pointe-less days are over for the s&f Lighting & Rigging crew. One might mention that L&R leader Martin Heuser has finally gotten the Pointe. Or one could dispense with the appalling puns and make the point that this new Robe moving light is the latest addition to the division's arsenal. "It's amazing what the Pointe can do," says Martin. "With two prisms, a static and a rotating gobo, and a color wheel, it clearly tops all comparable FX spotlights," gushes Martin. Its versatility and superior performance are persuasive USPs. "The ultra lightweight, low-maintenance Pointe can serve as a spot, beam and wash light. It's a real 3-in-1 product." And that makes it an amazing tool indeed for the ambitious lighting designer.



Sound

Wir lieben Technik!
Noch so ein Spruch aus der Werbewelt, der es aber auch dieses Mal leider gut trifft. Was wären unsere Tonleute ohne Technik? Sagt auch Martin Ramrath aus dem Ton-Support: „Wir sind beeindruckt von den neuen Fohhn Lautsprechersystemen." Konzipiert wurden sie für den mobilen Gebrauch. Wenn das mal nicht sehr praktisch für den Tonmannalltag ist. Darüber hinaus aber entscheidend: Die Systeme bestechen durch ihr „elektronisch steuerbares, vertikales Abstrahlverhalten und die geleistete Entfernung", ergänzt Martin – und freut sich über den Erwerb von je zwei Fohhn Linea LF-120 und LF-220 Linienstrahler. Hinzu kommen aktive 12"-Subwoofer XS-22 aus der Fohhn X-Serie, der aktive Subwoofer XS-10 sowie zwei Designstative. Alles in Schwarz.

"We love technology!" Sounds like an insipid tagline penned by an uninspired ad man? Well, yes, but in our case it rings true. Where would s&f be without technology? Our Audio Support crew's Martin Ramrath certainly esteems stellar equipment: "The new Fohhn speaker systems are impressive." Portability is prized by audio crews everywhere, and they were designed for mobile use. But Martin says there's more to love about these units, particularly their "electronically variable directivity and great reach." He's delighted that s&f bought two each Fohhn Linea LF-120 and LF-220 line array speakers, powered Fohhn X series 12" XS-22 subwoofers, powered XS-10 subwoofers, and two designer tripods, all in basic black.



Photos: satis&fy

Nur ein Beispiel von one-stop-solution: die technische und gestalterische Umsetzung der BVB Mitglieder- und Aktionärsversammlung
A one-stop solution for a soccer powerhouse, including technical and design support for the BVB's member and shareholder meeting



People

Azubis! Ihr habt es richtig gemacht und Euch für den Planeten satis&fy entschieden! Wir sind stolz auf schon so unglaublich weise Auszubildende. Stellvertretend für die neue VA-Technik-Generation: Max Lenz. Er lernt bei s&f Berlin. Gerade 19 Jahre alt, tritt er als Veranstaltungstechniker mit seinem Faible für Party in den unendlichen Eventkosmos ein. Und das Berliner Pflänzchen Stefanie Janzen (20), angehende Veranstaltungskauffrau, ist „wegen der großen Bandbreite der Gewerke" überzeugt von satis&fy.
Nicht nur in Berlin, auch in Werne blüht das junge Leben: Mit Christina Ebmeyer (18) zum Beispiel, VA-Kauffrau-Azubine aus Bergkamen, die gern Ski fährt und reitet. Christopher Lemke (25) will nach seiner Ausbildung als VA-Kaufmann noch VA-Techniker lernen und beamt sich täglich von Münster nach Werne runter. Auch Stefan Wacker (19) lernt den VA-Techniker. Der gebürtige Bayer organisiert seit seiner Schulzeit kleinere Konzerte. Tom Ressing (18), VA-Techniker aus Lengerich, hat sich während einiger Schulpraktika mit dem s&f-Virus infiziert. Dajana Bialek (20), Hobbydekorateurin aus Lünen, bekam den s&f Ausbildungsgang „Gestalterin Visuelles Marketing" von der Bundesagentur für Arbeit weiterempfohlen.
Und ab nach Karben heißt es nun für Neu-VA-Techniker Felix Müller (21) aus Niddatal/Ilbenstadt. Der famose Schlagzeuger ist ohnehin gern mit seinem Bruder (einem ehemaligen s&f-Freelancer) als Backliner unterwegs. Matthias Heuser (18) aus Limeshain/Himbach hat sich während des Theaterprojekts „Grenzenlos" in s&f verschossen. Die Zuneigung wurde erwidert: Mit einer Lehrstelle als VA-Techniker! Jonas Gido (20), VA-Techniker in spe, hat übrigens sein freiwilliges soziales Jahr bei „Essen auf Rädern" gemacht. Seid nett zu ihm, dann bringt er euch vielleicht eure Brotzeit vorbei. Jonas Meiß (22) aus Niddatal/Bönstadt ist – wie übrigens Jonas Gido auch – E-Gitarrist, was den Drang zur Veranstaltungstechnik erklärt. Sophie Matlé (19) peilt die Ausbildung zur VA-Kauffrau an, auch weil sie bereits in noch jüngeren Jahren Hobby-Events mitgestaltet hat. Gülcin Cimen (22) aus Maintal-Dörnigheim ist auch eventgestählt zum Beispiel als Backgroundtänzerin für Monrose & Selim Güngören und lernt jetzt zusätzlich VA-Kauffrau. Florian Panitz (20) steht eher auf Gestaltung für Visuelles Marketing und schiebt gerne eine ruhige Kugel – natürlich nicht im Job, sondern beim Pétanque – er ist für den Landeskader nominiert. Allen eine spannende und erfolgreiche Zeit! Interessanter Jahrgang. Glückauf!

Heads up, apprentices: You made the right move by beaming onto planet satis&fy. We take great pride in our trainees' otherworldly wits. Take Max Lenz, 19, who joined s&f Berlin as an aspiring ET (event technician, not extraterrestrial): He's making a profession of his penchant for parties. Native Berliner and future event management assistant (EMA) Stefanie Janzen, 20, is exploring the vast expanse of the s&f universe "because of the support units' diversity."
But it's not just in hip-and-happening Berlin that young folks are flourishing. Wonderful Werne has also attracted its fair share of up-and-comers. Christina Ebmeyer is an 18-year-old apprentice EMA from Bergkamen who loves skiing and horseback riding, but rarely mixes the two. Though he would prefer teleportation to the daily commute between Münster and Werne, Christopher Lemke, 25, aims to qualify as an ET after earning his wings as an EMA. Stefan Wacker, 19, is also on the ET career track. A native Bavarian, he's promoted smaller concerts since his school days. Tom Ressing, 18, a trainee ET from Lengerich, caught the s&f bug as a student intern. Dajana Bialek, 20, from Lünen loves decorating, so the career counselor recommended s&f's visual marketing & design program. Felix Müller, 21, from Niddatal/Ilbenstadt is also at Karben to learn the event trade. A fantastic drummer, he likes working the backline with his brother (a former s&f freelancer). Matthias Heuser, 18, from Limeshain/Himbach fell for s&f during the Grenzenlos theater project. The affection was mutual, so we took him on as an apprentice ET. Jonas Gido, 20 and also a budding ET, put in a voluntary year of social service with Meals on Wheels. Be nice to him and he may stop by with a sandwich. He's also a guitarist, as is his namesake ET Jonas Meiss, 22, from Niddatal/Bönstadt, whose interest in equipment is rooted in his love of music. Sophie Matlé, 19, organized amateur events at a very young age and is now earning credentials as an EMA. Gülcin Cimen (22) from Maintal-Dörnigheim started out in show business as a backup dancer for the likes of Monrose and Selim Güngören. Now she's seeing the stage from a different angle as an EMA in training. Florian Panitz, 20, is more into visual marketing & design. When he's not working hard at s&f, he plays a mean game of pétanque, so well in fact that he's been nominated for the national squad. Here's wishing this crop of outstanding youngsters all the success in the world!

Video / LED



Ein Juwel verborgen hinter dieser dubiosen youtube-Adresse: http://youtu.be/czhH-v5_yNc. Bis neulich hatte der Film gerade mal um die 750 Aufrufe. Schande! Denn dieses Video ist der Hammer! Es zeigt nicht nur, dass unsere Leute aus der Videoabteilung Halbgötter sind. Es zeigt auch, dass die Kollegen in ihrem Job ihr Leben lang spielen und basteln dürfen und richtig viel Spaß dabei haben. Genial: Der unsichtbare Marker für Multi-Touch-Monitore und kamerabasierende Tische. Experten wissen, was das bedeutet: Nie mehr stören QR-Barcodes oder Fiducials die Optik und das Design! Worte der Erfinder: „Die nahezu unsichtbaren Marker ermöglichen eine völlig neue Multi-User-Interaktion direkt mit den Produkten als User-Interface." Das Video zeigt in einer Musteranwendung, wie es geht. Kultureller Leckerbissen im Clip: Heinz Schenk, wie er leibte und lebte.
Auf ihn und die Videokollegen einen kräftigen Schluck Äppelwoi!

There's a hidden treasure buried deep in the bowels of YouTube: http://youtu.be/czhH-v5_yNc. With just 750 views at last count, it's a shame this clip hasn't gone viral. Shockingly revelatory, it presents conclusive evidence that our Video department is staffed with demigods of design. (And it proves Mom wrong – you can make a living with fun and games). Since our Video crew invented invisible markers for multi-touch monitors and camera-based tables, QR barcodes or fiducials will never again detract from their imagery. Let us marvel at the sleek visuals while we ponder its inventors' words of wisdom: "Practically imperceptible, these markers enable unprecedented multi-user interaction with products on the interface." The application in the clip was developed to showcase their remarkable capabilities. The video also captures a high-water mark in German cultural history – variety show host Heinz Schenk whipping a cider-fueled crowd into schunkeln frenzy, a sort of line dance for people who prefer to just sit and sway. We'll drink to that, and to the video voodoo of our whiz-kid wonderboys and girls.
mf

INTERVIEW



Event-Träume werden wahr: Ingo Haverich entwirft zusammen mit seinem Team spektakuläre 3D-Renderings
Bringing visionary events to life: Ingo Haverich and his team devise spectacular 3D renderings.

Kreativ & CAD Support – Das Interview

INGO HAVERICH

Vor 16 Jahren war Ingo Haverich (43) der einzige Vollzeit-Kreative in der Firma. Damals kam er als Unterstützung für Geschäftsführer Kai Weiberg zu satis&fy, der bis dahin die 3D-Visualisierungen nebenbei anfertigte. Heute verfügt das Unternehmen über einen eigenen Support Kreativ & CAD und ist in der Lage, dem Kunden sehr schnell ein virtuelles Bild davon zu verschaffen, wie sein Event aussehen könnte. Ingo ist heute als Bereichsleiter und „kreativer Projektmanager" die Schnittstelle zwischen den Projektleitern und den Supports.

Was ist die Aufgabe des Support Kreativ & CAD?

Ingo: Wir visualisieren unsere Ideen für unsere Kunden, bevor sie von satis&fy in die Realität umgesetzt werden.

Wie das?

Ingo: Der Kunde äußert in einem Briefing mehr oder weniger genau seine Wünsche. Jedes Detail kann wichtig sein. Wir wissen aus Erfahrung, was eine gute Visualisierung ausmacht. Darüber hinaus recherchieren wir nach allem, was uns hilft, noch besser zu verstehen, wie der Kunde wahrgenommen werden möchte. So entsteht ein erstes Designkonzept. Daran schließt in Zusammenarbeit mit unseren Supports eine Machbarkeitsprüfung an. Daraufhin erstellen wir einen CAD-Plan.

CAD-Plan?

Ingo: CAD heißt übersetzt rechnergestütztes Konstruieren. Mit Hilfe einer CAD-Software erstellen wir einen zweidimensionalen Plan. Quasi eine digitale ‚Draufsicht' auf das gesamte Veranstaltungs-Szenario.

Wie ein Küchenplaner?

Ingo: So in etwa. Noch vor circa 20 Jahren wurden diese Ideen oft ausschließlich gescribbelt und/oder im CAD-Plan dargestellt. Das alleine reicht heute meist nicht mehr aus.

Wieso nicht?

Ingo: Der Kunde will mehr sehen und verstehen. Zeichnungen interpretiert jeder unterschiedlich. Die neuartige Abbildungstechnik hilft, Missverständnisse zwischen dem Kunden und uns zu minimieren. Es geht darum, die Fläche mit Leben zu füllen. Anhand von Fotos und CAD-Plänen bauen wir die Location am PC in 3D nach. Mit der dritten Dimension halten auch Farben, Beleuchtung, Grafiken, Licht und Schatten Einzug in die Visualisierung. Der entstehende virtuelle Raum verschafft dem Kunden ein Abbild einer zukünftigen Event-Location.

Ein realistisches Abbild?

Ingo: Nicht 100 Prozent fotorealistisch. Aber der Charme der Location sollte in der 3D-Visualisierung schon spürbar sein. Es bleibt eher Gefühlssache, wieviel der Kunde von einer Location sehen soll – die Idee und das Design stehen im Vordergrund. Diese Arbeit dauert von einem Tag bis hin zu mehreren Wochen. Je nach Größe des Projekts. Meist arbeiten sogar mehrere Kollegen am selben Projekt.

Wie läuft das technisch?

Ingo: Unser 3D-Programm stellt Kameras in den virtuellen Raum. Mit deren Hilfe können wir einen Blickwinkel wählen – vom Weitwinkel bis zum Zoom. Der Kunde erhält so einen Bildausschnitt der künftigen Location, wenn nötig auch eine 360-Grad-Ansicht.

Oder eine Computeranimation?

Ingo: Auch. Dafür benötigen wir im Vergleich zum üblichen 3D-Rendering allerdings ein Vielfaches an Zeit.

Rendering?

Ingo: Unter 3D-Rendering versteht man die Berechnung naturgetreuer, dreidimensionaler Abbildungen, wobei Lichteffekte wie Schatten und Lichtreflektionen simuliert werden. Wir konstruieren beispielsweise das virtuelle Bühnenbild, setzen imaginäre Beleuchtungselemente und vergeben Oberflächenmaterialien, die das 3D-Programm dann in ein Rendering, ein computerberechnetes Bild, umsetzt.

Und dann seid ihr fertig?

Ingo: Nicht ganz. Ähnlich wie in der Kinofilmindustrie unterziehen wir unsere Renderings während der Postproduction noch einem kritischen Blick, überarbeiten und ergänzen sie mit nachträglichen Tricks und Effekten. Es ist eben die Liebe zum Detail, die unsere Kunden zu schätzen gelernt haben.

Wer kommt denn so zu Euch?

Ingo: Beispielsweise Agenturen, die einen Pitch gewinnen möchten, aber nicht über das Know-how oder die Kapazitäten verfügen, dergleichen Visualisierungen durchzuführen. Wir bieten moderne Technik, innovatives Design, Gimmicks und natürlich jahrelange Erfahrung in der Branche, die dem Kunden unterstützend zur Seite gestellt werden.



Rasanter Fortschritt: vom Scribble zum 3D-Modell
Progress races ahead from a scribbled sketch to a 3D model



Das CAD-Team: Esther, Chris und Helene
The CAD-Team: Esther, Chris and Helene

Was ist der Unterschied zwischen Euch und einer Agentur?

Ingo: Wir liefern den Agenturen konkrete Designvorschläge und Ideen oder feilen am bereits bestehenden Konzept mit. Agenturen haben aber über das Design hinaus noch viel mehr Zuständigkeiten – von der Gesamtkonzeption und Strategie über die Logistik eines Events bis zum Unterhaltungsprogramm. Wir sind größtenteils lediglich für die Unterstützung in der Design- und Visualisierungsphase zuständig.

Wie ist Euer Team strukturiert?

Ingo: Der Kreativ-Support arbeitet standortübergreifend. Wir stehen konzernweit allen Projektleitern bei ihren Projekten zur Verfügung. Die Aufgabenbetreuung wird ebenfalls konzernweit vergeben. Der Kunde bemerkt häufig überhaupt nicht, an welchem Standort die Dienstleistung für sein Projekt erbracht wurde. Das ist für ihn ja auch uninteressant.

Wie ist die Resonanz auf Eure Arbeit?

Ingo: Die Kunden sind generell begeistert. Da wir aber ein sehr selbstkritischer Haufen sind, sind wir selten zu 100 Prozent mit dem zufrieden, was wir abgeben. Wir lieben Detailarbeit. Allerdings spielt das branchenübliche Zeitproblem natürlich eine Rolle.

Zeitproblem?

Ingo: Für fast alle Projekte hätten wir gerne mehr Zeit aufgewendet. Vom Briefing bis zur Abgabe inklusive der Kalkulation haben wir oft nur ein erschreckend geringes Zeitfenster.

Ist die Vielfalt und die Größe der Firma ein Nachteil?

Ingo: Im Gegenteil. Es ist ein riesiger Vorteil, dass hier im Hause alle Supports extrem eng vernetzt sind. Sonst könnte in diesen kurzen Zeiträumen vieles nicht so umfassend geleistet werden. Alle Infos lassen sich auf kurzen Wegen in Erfahrung bringen. Müssten wir die alle erst von Fremdfirmen holen – oje!

Und die Konkurrenz?

Ingo: Wir waren mit die ersten in der Branche, die 3D-Visualisierung angeboten haben. Viele Mitbewerber haben bis heute kein eigenes Kreativ-Team. Sie engagieren 3D-Spezialisten oder günstig arbeitende Studenten mit geringem Branchenwissen. Wir haben uns unsere Erfahrung und unser spezifisches Know-how über die Jahrzehnte hart erarbeitet.

Einfaches Beispiel?

Ingo: Eine Leinwand in einem Konferenzsaal. Jemand, der keine Erfahrung hat, weiß gar nicht, wie die optimale Größe im Verhältnis zur Sitzposition und zur Menge der Zuschauer auszusehen hat.

Gibt es Lieblingsprojekte?

Ingo: Es kommt nicht selten vor, dass wir nachts oder am Wochenende arbeiten. Seltsamerweise sind es aber oft genau die Projekte, die am Ende am meisten zufriedenstellen. Wenn der Kunde am Schluss glücklich ist und jeder Beteiligte weiß, dass wir das Maximum in der zur Verfügung stehenden Zeit herausgeholt haben, dann ist das ein tolles Gefühl. Das geht aber auch nur, weil wir mit unseren ganzen Abteilungen intern so gut aufgestellt sind und weil wir eben so denken, wie wir denken.

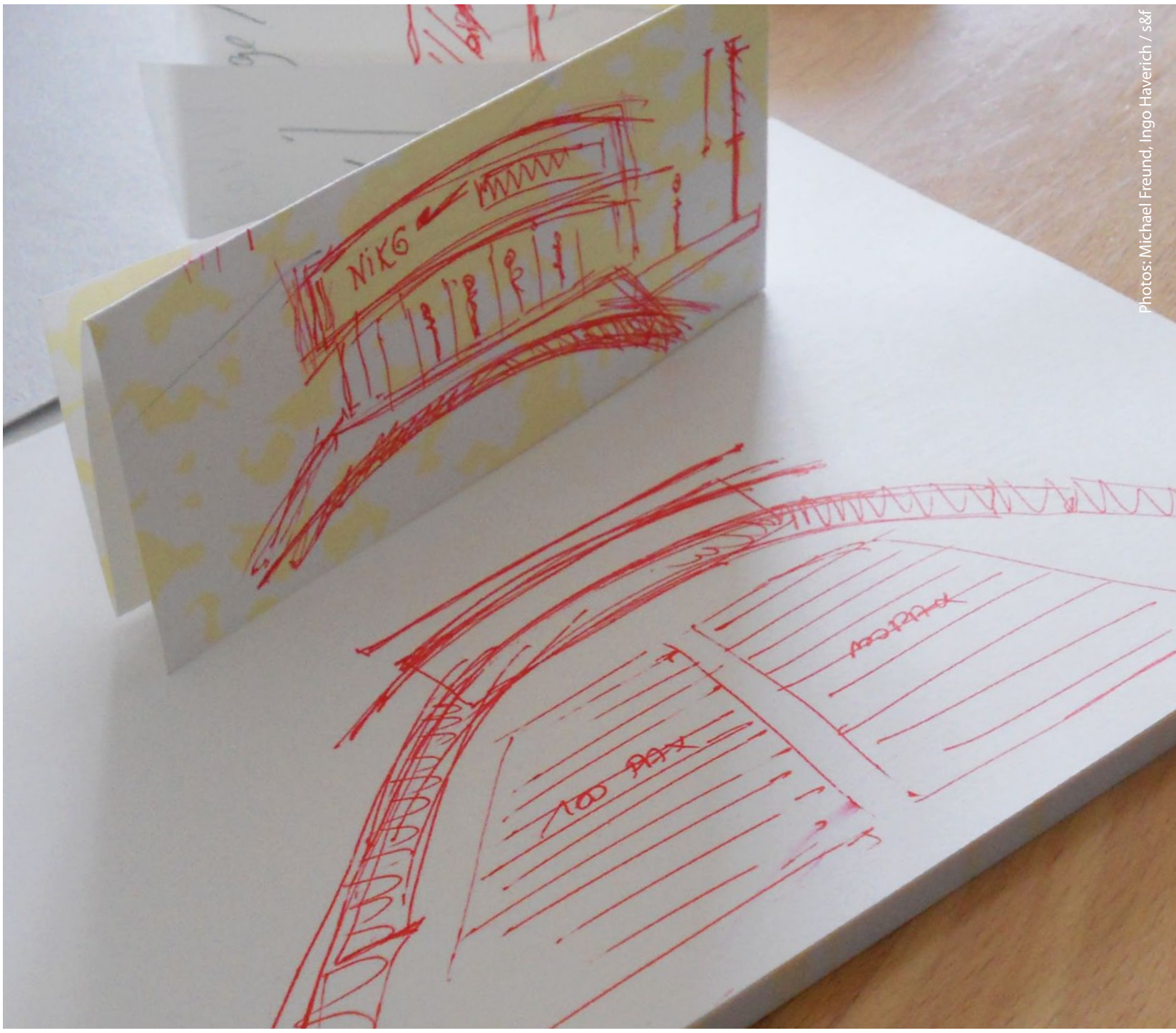
Die Erkenntnis für zukünftige Projekte?

Ingo: Wir arbeiten im ständigen Wandel, befinden uns in ständiger Fortentwicklung. In diesem Prozess müssen wir dem Kunden immer wieder neu vermitteln, wie wertvoll wir für ihn und seine Ideen sind. Wichtig ist, selbstkritisch zu bleiben. Gelegentliches Infragestellen der eigenen Denk- und Arbeitsweise kann auch recht hilfreich sein.

Und Spaß zu haben?

Ingo: Ich jedenfalls habe mein Hobby vor vielen Jahren zum Beruf gemacht und gehe nach wie vor gerne zur Arbeit. Wir sind nicht nur ein Team oder Arbeitskollegen, sondern auch Freunde. Besser kann es nicht kommen. *mf*

English



Photos: Michael Freund, Ingo Haverich / s&f

Die Ideen entstehen im Kopf und am Reissbrett, die Supports setzten sie um, Ingo koordiniert
Ideas are born in minds and at the drawing board. Support crews put them into practice. Ingo coordinates.

Ingo Haverich (43) was the company's only full-time creative designer sixteen years ago when he joined satis&fy to support CEO Kai Weiberg, who had been handling all the early 3D rendering as a sideline. Today the company has a full-fledged Creative Support & CAD team. It is able to quickly provide virtual images so customers can preview their events. Ingo now heads up this team. As the Creative Support unit's designated project manager, he also liaises between project leaders and support crews.

What is the Creative Support & CAD team's mission?
Ingo: We present our ideas for clients to see before satis&fy puts these proposals into action.

How so?
Ingo: The customer tells us what he wants in briefings that can be anywhere from precise to vague. Every detail can be important. Experience has taught us what's essential for persuasive visualization. We also research everything that could help us better understand how the customer wants to be perceived. Then we work out an initial design concept, conduct a feasibility check in collaboration with the support crews, and draft a CAD plan.

A CAD plan?
Ingo: CAD stands for computer-aided design. We use CAD software to create a 2D plan. It's sort of a digital floor plan of the overall event scenario.

So it's like a kitchen planning tool?
Ingo: Something like that. Around 20 years ago these ideas were often just scribbled down or outlined in a CAD plan. These days, that's usually not enough.



3D-Visualisierungen und 3D-Animationen
3D renderings and animated CGIs

Why not?
Ingo: The customer wants to see and understand more. Everyone interprets drawings differently. This novel imaging technology helps minimize misunderstandings between customers and us. The point is to bring the given space to life. We replicate the venue on a PC in 3D using photos and CAD plans. Beyond adding the third dimension, we also incorporate colors, lighting, graphics, reflections and shading into the imagery. The resulting virtual space previews the proposed venue for the customer to see.

Is it a realistic image?
Ingo: It's not 100 percent photorealistic, but the 3D visualization does have to capture the charm of the location. So it's more a matter of feel as to how much of the venue the customer needs to see – the idea and the design are the priorities. This work can take from one day to several weeks depending on the size of the project. Usually, it's several colleagues working on the same project.

How is this done technically?
Ingo: Our 3D program sets up cameras in a virtual space. This gives us a choice of perspectives ranging from wide-angle views to zooms. The customer gets a look at a section of the future location, and if necessary, a 360-degree view.

Or a computer animation?
Ingo: That's an option, but the usual 3D rendering takes just a fraction of the time needed for CGIs (computer-generated imagery).

What's rendering?
Ingo: 3D rendering is the process of computing simulated but relatively lifelike three-dimensional images with light effects such as shading and reflections. For example, we construct virtual scenic sets with imaginary lighting elements and define surface materials that the 3D program then converts into a rendering; that is, an image generated by the computer.

And then you're done?
Ingo: Not quite. Like in the movie industry, we take a long, hard look at our renderings, and then revise and supplement them with post-production tricks and effects. After all, it's this attention to detail that our customers have come to appreciate.

What kind of customers come to you?
Ingo: For example, agencies that want to win a pitch but don't have the expertise or capacity to create such visualizations. We offer state-of-the-art technology, innovative design, gimmicks and of course years of experience in the industry, all of which we put at our customer's disposal.



Teamarbeit: selbstkritisch am Ideal feilen
Fast friends on a quest for perfection

What's the difference between your team and an agency?
Ingo: We provide agencies with concrete design proposals and ideas or work with them to refine an existing concept. Agencies' responsibilities extend well beyond design, and can range from the event's logistics to the entertainment program. Our responsibility is usually limited to providing support in the design and visualization phase.

How is your team structured and organized?
Ingo: The Creative Support team serves all our branches. We are available to help all project leaders across the Group with their projects. Tasks are also assigned across the Group with skills and efficiency in mind. In some cases, the customer doesn't even know which location is providing the services for his project. And he doesn't need to know or care because we see ourselves as a company-wide team and are perceived as such.

What kind of response does your work get?
Ingo: Customers are generally delighted, but we're a very self-critical bunch so we're rarely 100 percent satisfied with what we deliver. We love refining the details, but this takes more of what is in short supply – time, the usual problem in this industry.

Time is a problem?
Ingo: We would rather have spent more time on just about all our projects. The time frame for everything from briefing to delivery, to include budgeting, is often alarmingly narrow.

Is the diversity and size of the company a drawback?
Ingo: On the contrary. It's a huge advantage to have such closely networked in-house support units. We don't have to cover much distance to share information. Just imagine if we had to go out and get everything from outside contractors! We wouldn't be able to deliver as much as we do at such short notice.

What about the competition?
Ingo: We were the first in the industry to offer 3D visualization. Many competitors still don't have creative teams. They hire specialists or students who work for a pittance but often don't know exactly what the events industry is all about. We



s&f-Kundennähe: konkrete Vorschläge und Ideen
The s&f way: Brainstorming client-centric concepts

earned our experience and know-how with decades of hard work.

Can you give us an example?
Ingo: Take a screen in a conference room. Without experience, you won't know what size screen is best simply by looking at the seating positions and audience size.

Do you have any pet projects?
Ingo: It's not uncommon for us Creative Support staff to work nights and weekends. Strangely enough, though, these are often the most rewarding projects. It's so gratifying when the client ends up happy and everyone involved knows that we made the most of the time available. But we're only able to do this because our company is so well set up with all our departments, and because we think the way we think.

What does this mean for future projects?
Ingo: We work in a state of constant flux where progress waits for one. It's a process, and we have to keep conveying to the customer how valuable we are to him and his ideas. It's essential for us to be self-critical. It can also be quite helpful to challenge your mindset and working methods every now and then.

And have fun?
Ingo: As far as I'm concerned, I turned my hobby into a profession many years ago and I'm still happy to go to work. We're not just teammates or workmates; we're also friends. It doesn't get any better than this. *mf*

EIN TEMPEL FÜR SKATE-BOARD-IKONEN

Street League Skateboarding NIKE SB World Tour

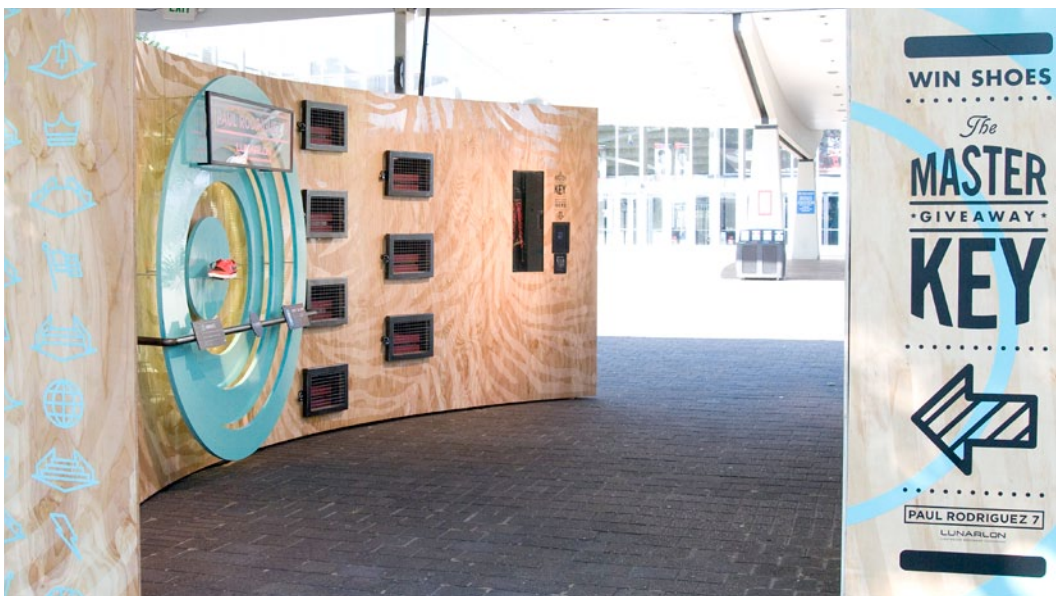


Design-Details auf den von uns veredelten Plywood-Platten
Details of designs we applied to plywood panels

Nicht nur wegen des Standorts ist die s&f Niederlassung in Portland, Oregon (s&f Jargon: PDX) prädestiniert für NIKE Jobs auf dem amerikanischen Kontinent. „PDX ist seit der Gründung vor knapp einem Jahr immer mehr ‚erwachsen' geworden – mit eigener Infrastruktur, eigenen Zulieferern, eigenen Kunden", so Jennifer Ewald, in PDX für den Bereich Creative zuständig. Die geleistete Arbeit findet viel Anerkennung, die Aufträge mehren sich. Diesmal: Ausstattung und Aufbau eines Präsentations- und Merchandise-Pavillons für die Fans der von Nike gesponsorten Street League Skateboarding World Tour (http://streetleague.com/) an den Stationen Kansas City, Portland und Newark.
Für Auftraggeber NIKE SB ging es darum, im Rahmen dieser Events die Marke NIKE SB für die Fans hautnah erlebbar zu machen: Simulation authentischer Skate-Spots mit Exhibits zu den Competition Heroes und zur NIKE Skate History, mit neuen Produkten und einer Verkaufs- und Trial-Area. Als Präsentationsfläche diente ein 50m x 10m großes Zelt vor den Venues, dessen Innendesign Street-Skateboarding-Ethos verströmte, mit Fences und Rails aus Metall und an Halfpipes erinnernden Plywood-Wänden zur Präsentation von Schuhen, Shirts und Accessoires, aufwändig gestaltet mit Artwork eines bekannten Künstlers. Logos, Grafik, Claims und Statements wurden mit einer Technik appliziert, wie sie beim Design von Skateboards verwendet wird.
Der Bau der verschiedenen Module wurde komplett von PDX gehandelt, mit den Lackierarbeiten die benachbarte Autolackiererei beauftragt. Drei Schichten Farbe waren nötig, um ein authentisches Skateboard-Look-and-Feel zu erzeugen. Für die Umsetzung und Übertragung der Designs auf die einzelnen Elemente wurden die Bereiche Creative und Eventarchitektur in Deutschland hinzugezogen.
Bei der Probeinstallation im Vorfeld der Tour waren bereits die für den Zusammenbau nötigen Bohrungen angebracht worden. Damit es schneller geht. „Wie sehr es von Nutzen sein kann, wenn man schnell ist, bekamen wir gleich beim Erstaufbau in Kansas City zu spüren", berichtet Projektleiter Christoph Grobe, „da war es zunächst richtig nass, raining cats and dogs. Dazu hatten wir fünf Stunden keinen Strom." Zeitbedarf insgesamt: 36 Stunden am Stück, trotzdem war man pünktlich fertig. In Newark hingegen dauerte es nur noch 12 Stunden. Ganz ähnlich der Abbau: Waren es in KC noch zwölf Stunden, war das Thema in New Jersey in nur vier Stunden erledigt. Nicht auszudenken, wenn man noch häufiger auf- und abgebaut hätte.
wk

A SHRINE FOR SKATE-BOARDING SUPER-STUDS

Street League Skateboarding Nike SB World Tour



Die geschwungenen Wände mit Exhibits erinnern an Halfpipes
Exhibits on undulating walls reminiscent of half-pipes

Location, location, location: The Portland, Oregon, s&f office is predestined for handling NIKE jobs in the Americas. But its ambitions don't stop there: "PDX has been doing some growing up since it was launched nearly a year ago and now has infrastructure, suppliers and customers of its own," says Jennifer Ewald, Creative Director at PDX, as the US branch is known in s&f lingo. The job orders keep coming in as the stateside outfit's accomplishments gain wider recognition.



Der Andrang der zumeist jungen Fans war enorm
The show attracted crowds of youngish fans.

Most recently, PDX was asked to put together a presentation and merchandise pavilion for fans of the NIKE-sponsored Street League Skateboarding World Tour (http://streetleague.com/) and roll it out in Kansas City, Portland and Newark.
These events were all about affording fans the opportunity to experience the NIKE SB brand firsthand. NIKE SB entrusted PDX with the job of replicating real-world skate spots and showcasing the competition's heroes and NIKE's heritage in skating. New products featured prominently on the sales floor. A trial area was also part of the package. Housed in a 50 x 10m tent pitched in front of the venues, the set exuded a bona fide street skateboarding vibe replete with metal fences, rails and half-pipe-like plywood walls elaborately decorated with a celebrated artist's works. These props served to showcase shoes, shirts and accessories. Logos, graphics, claims and statements were applied with the same technique used for skateboard deck designs.
A neighboring car body shop painted the modules that PDX had had built. It took three layers of paint to capture an authentic look and feel that would resonate with skateboarders. Set design specialists from Germany helped make the motifs that were applied to the various elements. The holes required for quick assembly were drilled during a dry run conducted ahead of the tour, which certainly helped speed things up. "The first time out in Kansas City taught us the value of speed," says project leader Christoph Gross. "It was raining cats and dogs when we started, and we had to do without electricity for five hours." Although it took 36 hours straight, the pavilion was up in time. In Newark, setup time was whittled down to 12 hours. The same goes for tearing down and packing up. In KC, the pavilion was put away in 12 hours; in New Jersey it was bagged, boxed and bestowed in just four. Good thing the tour ended before the crew's exponential learning curve triggered a time warp.
wk

IMPRINT

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
TRANSLATION: Thomas Green, Wolfgang Klotz (Sponsoring, Editorial)
ENGLISH PROOFREADING: Phyllis Kiehl, Birgit Quade

PROOFREADING: Ines Streu
CONTRIBUTORS:
Markus Emrich, Michael Freund, Thomas Green, Wolfgang Klotz, Friederike Klussmann, Heidi Schmitt, Renata Thoma, Nico Ubenauf

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

klimaneutral
natureOffice.com | DE-344-002780
gedruckt

LET THERE BE LIGHT

Neulich ist uns etwas vollkommen Irres aufgefallen: Im Jahr 1832 rief Johann Wolfgang von Goethe aus seinem abgeschabten, ockerfarbenen Sessel die Worte: „Mehr Licht!" Es waren bekanntlich seine letzten. Das Verrückte daran: Damals hat es das Glühbirnen-Verbot der EU noch gar nicht gegeben! Heute wäre dieser Ausruf nicht weiter verwunderlich, da jeder gezwungen ist, im Schein blaustichiger Funzeln herumzuwerkeln. Um Missverständnissen vorzubeugen: Wir finden es klasse, wenn sich in Sachen Nachhaltigkeit etwas tut. Wir selbst versuchen, Energiefresser zu killen, wo immer es nur möglich ist. Bei uns haben so viele Dinge ein Kabel – da ist es für uns selbstverständlich, Verantwortung für die Kosten und die Umwelt zu übernehmen. Allerdings ist Licht nicht nur dazu da, um nicht im Dunkeln zu tappen, sondern Licht ist auch pures Gefühl: Spannung, Freude, Schönheit, Coolness, Erotik, Seriosität, Glamour, Magie – all das lässt sich mit Licht erzeugen. Alles zu geben und dabei wenig zu verbrauchen, das ist eine eigene Kunst. Deshalb setzen wir unsere Energie ein, um die aus der Steckdose zu schonen. Zum Beispiel durch den Einsatz von modernen LED-Lampen an der richtigen Stelle, ohne dass die Atmosphäre leidet natürlich. Eine Fahrzeugpräsentation etwa soll schließlich nicht wie ein Nick Cave Video wirken. Warum wir Ihnen das alles erzählen? Weil es schön ist, in der dunklen Jahreszeit über Licht zu reden. Und weil Sie dann vielleicht an einen wärmenden, freundlichen Schein denken, wenn Sie eines düsteren Morgens mit dem hier beiliegenden Eiskratzer Ihre Frontscheibe bearbeiten. Halten Sie durch, es wird bald wieder besser. Es wird bald Licht.
hs

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Here's something bizarre for you: Johann Wolfgang von Goethe, reclining in his threadbare ocher armchair, called out the words, "More light." They were, famously, to be his last. The bizarre part is that this was in 1832, a couple of lifetimes before the EU banned traditional light bulbs. These days it wouldn't be surprising to hear those words echoing across the continent because we're all groping about under the dim bluish glow of newfangled lamps. Don't get us wrong – green is the only way to go. We try to put every energy hog that crosses our path out of its misery. But so much of our gear comes with eco-strings attached – power cords – so it's our duty to conserve energy and spare resources. But illumination is not just there to keep the darkness at bay. Light is practically an emotion. It can express excitement, joy and beauty. It can be frigidly cool or erotically hot; dead serious or vivaciously glamorous. It can be magical. The art of it is to give it all you got while consuming as little as you can get by on. That's why we expend so much of our energy – so we have to draw less from an outlet. For example, by using modern LED lamps where they work. Without sacrificing the mood of the moment. After all, you don't want the unveiling of a new car to come across as dark as a Nick Cave clip. Why are we telling you all this? Because it's an enlightening topic for a long, dark winter. And because the enclosed ice scraper may inspire you to look ahead to the warm, friendly glow far off in the distance as you're shaving the ice off your windscreen in the morning gloom. Hang in there, better days are coming. Soon there will be light.
hs