satis&fy
the true colours of events

TRUE COLOURS

02/14

Mein Schiff wird kommen

satis&fy bei TUI Cruises an Bord

My Ship Will Come

satis&fy Climbs Aboard for TUI Cruises



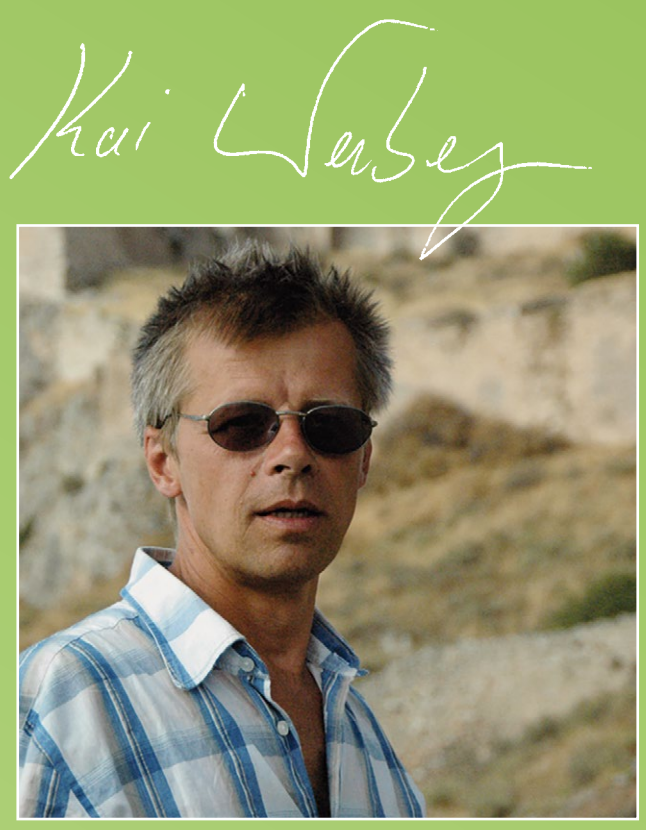
Foto: Ulrich Schaarschmidt

Editorial

„Der Weiberg wechselt vom Vorstand in den Aufsichtsrat." Ja klar, werden viele sagen. So klar war das von Anfang gar nicht. Was klar war: Ich wollte den Vorstandsposten räumen, um endlich mehr Zeit für die Dinge auf dieser großartigen Welt zu haben, von denen ich noch viel zu wenig gesehen oder getan habe.
Als ich dann begann, mich aus dem Job herauszulösen, fielen mir zwei Dinge auf: Zum einen, dass ich hier viel zu gerne arbeite und mich leidenschaftlich mit Strategien und Herausforderungen auseinandersetze, als dass ich ganz darauf verzichten könnte. Zum anderen ist da die Verbindung mit den Menschen, die hier arbeiten und deren Wohlergehen mir viel bedeutet. Ein Unternehmen existiert nicht zum Selbstzweck, es ist eine wichtige Komponente im Leben derer, die dort ihr Brot verdienen. Auch das wollte ich nicht aus den Augen verlieren.
An meinem 40. Geburtstag hatte Nico scherzhaft gefragt, ob ich denn nun bald aussteige. Damals wollte ich an so etwas nicht mal denken, unmöglich! Heute ist es soweit. Die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat bietet mir hinreichend Möglichkeit, mit jenem Unternehmen in Kontakt zu bleiben und auf seine Entwicklung Einfluss zu nehmen, das seit dem Gründungstag zum Mittelpunkt meines Lebens gehört.
Ich war bisher nur ein einziges Mal Autor des Editorials und möchte diese zweite Chance nutzen, mich bei allen zu bedanken – Mitarbeiter, Kunden, Partner, Zulieferer, Familie und Freunde – für das großartige Miteinander, die Unterstützung und die fabelhafte Zusammenarbeit, die ich mir besser nicht hätte vorstellen können.

"Weiberg is leaving the Managing Board to join the Supervisory Board." Well, obviously, many will say. But things weren't quite so clear from the outset. What was clear is that I wanted to resign from the Board to finally have more time to see and do all the many things that I haven't seen or done enough of in this great world of ours.
I noticed two things when the gradual departure from the job began: For one, I am far too fond of working here and too passionate about grappling with strategies and challenges to be able to forego it entirely. For the other, there is a connection with the people who work here, and their well-being means a lot to me. A company does not exist for its own sake; it is an important component of the lives of those who earn their living here. And I did not want to lose sight of that.
Nico had jokingly asked on my 40th birthday if I would soon be stepping down. At the time I was unwilling to even contemplate something as impossible as this! But now that time has arrived. Membership in the Supervisory Board affords me sufficient opportunities to remain in touch with and influence the development of the company that has been central to my life since the day of its founding.
After authoring just one previous editorial, I would like to take this second opportunity to thank everyone – employees, customers, partners, suppliers, family and friends – for their solidarity, support and fabulous collaboration, which exceeded anything I could have imagined.

Kai Weiberg



Niemals geht man so ganz

Mit Kai Weiberg verliert satis&fy einen leidenschaftlichen Kabelflüsterer und Vorstand, gewinnt aber einen wertvollen Ratgeber.

Eines müssen wir vorwegschicken: Wenn wir jetzt den Fokus auf Kai Weiberg richten, der seit Mitte Mai bei uns nicht mehr an vorderster Front steht, ist das nichts, was ihm besonders behagt. Er fand es schon immer spannender, hinter den Scheinwerfern zu wirken als davor. Seine ersten Hightech-Spots fertigte er zum Beispiel selbst – sie entstanden aus leeren Hundefutter-Dosen. Strenger Geruch ist nichts, was einen wahren Vordenker abhält. Auch in späteren Jahren war die Tücke des praktischen Alltags etwas, über das der Bastler gern locker hinweg gesehen hat. Es gab für ihn immer Wichtigeres. Zum Beispiel die Frage, ob Materie überhaupt existiert. Wenn man darüber schon keine Gewissheit hat – wie kann dann eine E-Mail existieren? Und wenn sie nicht existiert, warum sollte man sie dann beantworten?

Bevor die Zeit mit satis&fy für Kai begann, war er Philosophie-Student, Kabelträger, Kurierfahrer, Autoradio-Vertreter, Programmierer und Hobby-Physiker. Den letzten beiden Tätigkeiten blieb er auch dann noch treu, als sein Lieblingsplatz, der heimische Keller, längst zu klein geworden war für die Berge von Material und Technik. Mit Nico Ubenauf traf der Tüftler und Analytiker auf einen Mann der Praxis, dem die Perfektion in der Ausführung wichtig war. Ein Glücksfall für beide. Ebenso wie Kais unternehmerischer Mut, in den 1990er Jahren in die ersten Moving Lights zu investieren – was die Basis für den Erfolg von satis&fy legte. So füllte sich schnell eine anfangs viel zu große Lagerhalle in Karben mit Material, wie sich zuvor Kais Schuppen, die Garage und der Hänger gefüllt hatten. Der Rest ist Geschichte.

Kai Weiberg bei satis&fy zu ersetzen, ist nicht möglich. Man müsste einen rauchenden Nichtraucher finden, der Wackelkontakte dressiert, Lampen mit Lötkolben repariert und wichtige Termine großflächig aus seinem Gedächtnis löscht. Aber vor allem einen genialen und kreativen Kopf, der Lösungen entwickelt, wo andere längst aufgegeben hätten. Und so wird er denn auch nicht ersetzt, sondern sein Weggang wird von einem neuen Team aufgefangen, das Nico Ubenauf und Dirk Vennemann künftig unterstützen wird.
Kais Ausstieg ist von langer Hand geplant, er liebt die See und den Wind und freut sich auf ein bisschen mehr Zeit zum Reisen und Kitesurfen. Hier schließt sich der Kreis zu seinem Einstieg, der allerdings ganz und gar nicht so geplant war. Je zwei Tage pro Woche wollten Nico und Kai ihre kleine Firma managen und ansonsten ihrem Studium und ihren Leidenschaften nachgehen. Der Plan hielt gerade mal eine Woche. Jetzt kommt es auf einen neuen Versuch an. satis&fy wird weiterhin gern der Expertise eines 54-jährigen Frührentners vertrauen, der alles, was unlösbar scheint, gut gelaunt und gänzlich uneitel zu lösen vermag. *hs*



Ein Mann der ersten Stunde streicht die Segel. Kai Weiberg geht – und bleibt satis&fy verbunden.
Kai Weiberg, one of the original team members, takes his leave but stays connected with satis&fy.

Gone, But Not for Good

With Kai Weiberg's departure, satis&fy is losing a passionate cable whisperer and CEO, but gaining a valuable advisor.

Let us preface this by saying that Kai Weiberg, who is no longer at the forefront of the firm since his mid-May exit, has never been one to seek the kind of attention lavished on him in this article. He always found the work behind the spotlights far more exciting. In fact, he made his first high-tech spots out of empty dog food cans. An unpleasant odor never deterred a truly inventive spirit. In later years, Kai, the consummate do-it-yourselfer, was even less likely to let everyday pratfalls slow him down. He had other concerns on his mind, for example, the question of whether matter really exists. If we can't know this with certainty about tangibles, then why worry about intangibles like emails? And if they don't exist, why would you answer them?

Before Kai embarked on his era with satis&fy, he was a student of philosophy, a grip, courier, car radio salesman, programmer and amateur physicist. His devotion to the latter two pursuits never waned even when his favorite haunt, the basement, could no longer contain the mountains of material and equipment. Then one day the inventor and experimenter met Nico Ubenauf, a practical-minded perfectionist. That twist of fate turned out to be a stroke of luck for both. So was Kai's decision to invest in the first moving lights in the 1990s, a gutsy entrepreneurial move that sent satis&fy down the road to success. The warehouse in Karben, initially much too large for a startup, was soon packed to the rafters with gear like Kai's shed, garage and trailer before it. The rest is history.

Kai Weiberg is irreplaceable at satis&fy. You'd have to find a soldering iron-wielding, smoking non-smoker with a gift for taming even the most obstinate short circuit and a mind that knows the workings of every lamp, yet blanks out when it comes to important dates. Above all, you'd have to find someone with the ingenuity, creativity and penetrating insight to turn up solutions where others would have long given up. And he will not be replaced. A new team assembled to support Nico Ubenauf and Dirk Vennemann will fill the gap left by his departure.

Kai's exit is well planned. Heeding the call of his beloved sea and wind, he is looking forward to a little more time to devote to traveling and kite surfing. And with that, he has come full circle from his start with a company that was not at all planned. Nico and Kai had aimed to manage their little startup two days a week and otherwise pursue their studies and passions. That plan held up for just one week. Now it's time for another try. satis&fy will continue to rely on the expertise of this 54-year-old early retiree who knows how to solve seemingly unsolvable problems with indefatigable good humor and not a hint of pretension. hs/tg



Fotos: Michael Grein

Rock mal anders: Fanta 4 im Goldrausch

Frischer Wind bei Rock am Ring und Rock im Park

A Different Take on Rock: Fanta 4 Goes for the Gold

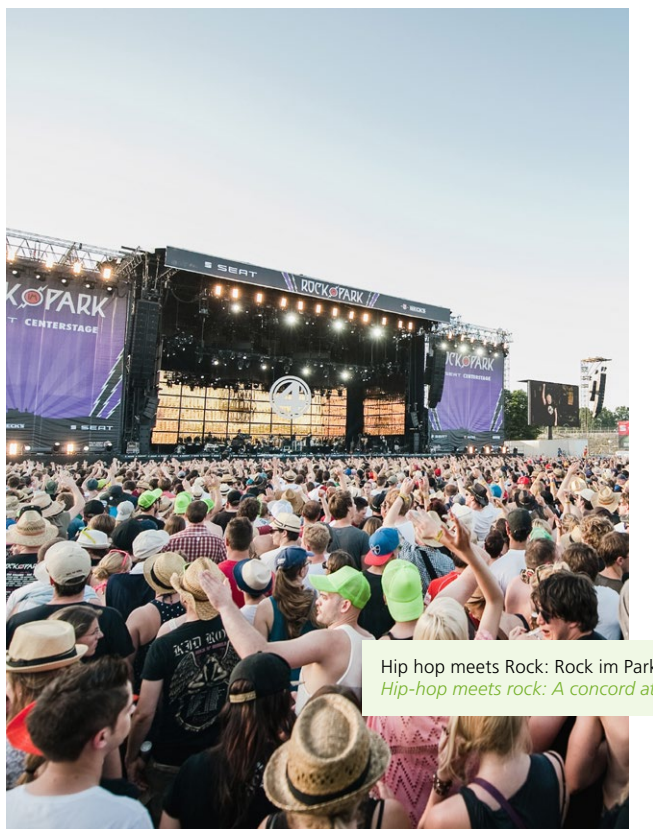
Winds of Change Sweep Rock am Ring and Rock im Park

Keine Frage: Rock am Ring und Rock im Park sind altehrwürdige Festivals. Besonders ersteres, seit 1985 am Nürburgring am Start, ist den Fans ans Herz gewachsen. In diesem Jahr fand es zum letzten Mal dort statt. Doch es soll weitergehen: Mit großer Wahrscheinlichkeit zieht das Festival in die Nähe von Mönchengladbach auf ein stillgelegtes Militärgelände. Als die Fantastischen Vier als Co-Headliner von Linkin Park auf die Bühne gingen, verflog die leicht melancholische Abschiedstimmung jedoch schnell.

Um dem speziellen Rockfestival-Feeling der Fans Rechnung zu tragen, hatten die deutschen Hip-Hopper ihr Programm für die beiden Gigs bei RaR und RiP angepasst. Die Ruhe für ein gutes Stück mehr hübschen Lärm fanden die vier wie gewohnt bei satis&fy in Werne. In dem Probestudio vor Ort ist die Band fast schon zuhause. Drei Wochen Vorbereitung gönnten sich die Jungs für die Festivals – unsere Technik schaffte es schneller. In zehn Tagen stand alles, was unabhängig vom übrigen Festival funktionieren musste und in einem Trailer untergebracht werden konnte.

Ein wenig mehr Kopf- und Handarbeit erforderte vorab das Bühnendesign, das unser Partner Gunther Hecker von CUE Design entwarf. „Wir wollten etwas ganz anderes als das, was andere machen", sagt er dazu. Bei den Recherchen im Vorfeld war ihm aufgefallen, dass die meisten Bands sich wahre LED-Schlachten liefern. Der erwünschte Effekt bleibt dadurch mit der Zeit in Langeweile stecken. Außerdem stellte er fest, dass die enorm großen Video-Außenwände des Festivals die Bühne oft optisch erdrücken. Sein Ziel daher: Einen Raum schaffen, der groß und aufregend wirkt. Und der anders erstrahlt als durch LEDs. Die Sache hatte nur einen kleinen Haken. Um einen solchen Raum erstehen zu lassen, bleibt in Festival-Umbauphasen realistischerweise bestenfalls eine Viertelstunde Zeit.

Die Lösung ist verblüffend: In unserem Dekolager wurden 104 Platten mit Goldfolie überzogen. Und dann so aneinander befestigt, dass sie sich – einmal oben aufgehängt – wie eine Ziehharmonikawand selbst entfalten. So entstand eine über 200m² große, spiegelnde Fläche. In der Mitte der Bühne: Ein großes Logo der Band. Heckers Wunsch: „Wir hatten uns vorgestellt, dass es ein brennendes Logo ist, das durch den Spiegeleffekt allein die Bühne beleuchtet." Für die Fanta 4 dann doch zuviel Böse-Jungs-Image. Die Alternative geriet ebenso spannend – das Logo wurde von hinten beleuchtet, was für interessante Reflektionen sorgte. Doch auch das schönste Konzept ist nur so gut wie die Umsetzung. In diesem Fall: Der Umbau. Am Morgen waren die Schellen an den Traversen angebracht worden, um die Spiegelwand zu befestigen. Das Werk musste wie durch Zauberhand entstehen. Sechs Männer schauten auf die Uhr. Und stoppten. Nach exakt acht Minuten war die Bühne frei für vier deutsche Jungs, die in einem goldenem Raum über 80.000 Rockfans zeigen konnten, zu welch wunderbarem Lärm Hip-Hopper in der Lage sind. *hs*



Hip hop meets Rock: Rock im Park vereint
Hip-hop meets rock: A concord at Rock im Park.

No doubt about it, Rock am Ring and Rock im Park are venerable festivals. Fans have come to cherish these gigs, with many being particularly fond of the former, held since 1985 at the Nürburgring. This year's was the final show. However, that show will go on elsewhere. The festival is to move to a disused military site near Mönchengladbach. Befitting the end of an era a melancholy mood hung in the air, but it was quickly dispelled when Linkin Park co-headliner Die Fantastischen Vier (Fanta 4) hit the stage.

The German hip-hoppers had adapted their set list for the two gigs at Rock am Ring and Rock im Park to cater to festival fans' rock leanings. As usual, the foursome worked on ratcheting up the sound-and-fury factor at satis&fy Werne's rehearsal studio, where the band is practically at home. The lads devoted three weeks to preparations for the festival; our crews geared up for it a bit faster than that. All equipment dedicated to this one act was packed into a single trailer and up and running within ten days.

A little more in the way of brainstorming and handcrafting was required up front to design and build the stage masterminded by our partner Gunther Hecker from CUE Design. "We wanted something completely different," he says. Researching the matter, he found that most bands wage epic LED battles. The desired effect, once jaw-dropping, has given way to mind-numbing tedium. He also noted that the enormous flanking video walls used at festivals often overwhelm and diminish the stage. So he decided to create a set that comes across as big and electrifying, shining in the light of something other than the usual LEDs. There was just one small catch. The festival's quick-change agenda would leave the crew with just a quarter of an hour at best in setup time.

The solution is a real head-turner: The staff in our workshops covered 104 panels with gold foil and hinged them together so that when suspended from trusses they automatically unfold like a concertina to form a wall. This creates a reflective surface covering more than 200 square meters. A large band logo featured prominently at center stage. Hecker says, "We had pictured a burning logo with a mirror effect that would light up the stage on its own." Fanta 4, however, felt the bad-boy imagery was a bit over the top. The alternative turned out to be just as stunning. The logo was lit from behind, which made for intriguing reflections. But even the most compelling concept is for naught if it can't be put into practice. Setup time would make or break this showpiece. The clamps to secure the reflective wall were mounted to the trusses early in the morning. The backdrop would have to unfurl as if guided by invisible hands. Six men eyed the clock and stopped the time. After exactly eight minutes the stage was set for four German lads to show more than 80,000 rock fans what a wonderful noise hip-hoppers can conjure in a gilded space. hs/tg

JOB-FOCUS

Job: Technik und Bühnendesign (in Kooperation mit CUE Design) für die Fantastischen Vier bei Rock am Ring und Rock im Park.

Herausforderung: Unabhängige Technik, die den Headliner nicht tangiert. Einzigartiger Bühnenaufbau, der Größe schafft, jedoch in zehn Minuten stehen muss.

Lösung: Eine sich selbst entfaltende Spiegelwand aus 104 goldenen Platten, spannende Effekte durch die Reflektionen des Band-Logos.

Job: *AV support and stage design (in collaboration with CUE Design) for Die Fantastischen Vier at Rock am Ring and Rock im Park.*

Challenges: *Provide an independent setup that does not encroach on the headliner; deploy a unique stage set that creates a sense of space, yet goes up in ten minutes.*

Solution: *A self-deploying wall made of 104 gold panels that reflects the band logos to create exciting effects.*

TICKER *Live Entertainment*

Wir durften den Chansonnier **Charles Aznavour** auf seiner Tour mit Licht, Ton, Rigging und Deko begleiten. Welch eine Ehre! +++ **Rainald Grebe** ging im Frühjahr auf die Reise durch die „Berliner Republik". Bei den 14 Shows dabei war satis&fy mit Licht, Ton, Video und Rigging. +++ Zwei Jahre lang war **Semino Rossi** auf Tour. satis&fy sorgte für das entsprechend temperamentvolle Bühnenlicht (Design: Andreas Kisters). +++ **Adel Tawil** ging mit einer phantastischen „Projektionspyramide" auf Tour. Rigging, Licht- und Video-Equipment, Bühnenpodeste und Sonderbauten hierfür von? Na? Na? satis&fy! +++ Weitere satis&fy-betreute Acts waren Metallica, Santiano, Revolverheld, Scorpions und die Sportfreunde Stiller. Geht doch!

*90 years old and still performing, cabaret singer **Charles Aznavour** recently toured Germany. We had the honor of providing the lighting, sound, rigging and décor. +++ When cabaret artist **Rainald Grebe** set off on his Republic of Berlin tour this spring, satis&fy tagged along to provide the lighting, sound, video and rigging for the 14 shows. +++ **Semino Rossi** was on the road for two years, and satis&fy was along for the ride to put Andreas Kisters' electrifying light show into action. +++ **Adel Tawil** went on tour with a fantastic lighting and video projection pyramid. The rigging, lighting and video equipment, stage risers and custom set pieces all came courtesy of satis&fy, of course.*



Fotos: BESL

To be continued ...

Verleihung des Deutschen Computerspielpreises in München

The German Games Awards Ceremony in Munich

Ilse Aigner und Alexander Dobrindt setzen ein Zeichen
The force is strong with Ilse Aigner and Alexander Dobrindt.

„Der Deutsche Computerspielpreis ist eine Größe in der deutschen Medienlandschaft. Er steht auf einer Ebene mit dem Deutschen Filmpreis oder dem Echo", so Alexander Dobrindt, Bundesminister für Verkehr und Digitale Infrastruktur (BMVI), in seiner Eröffnungsrede in München.

Man sollte meinen, dass niemand aus der Branche etwas dagegen hätte, in einem Atemzug mit Bambi, Echo & Co genannt zu werden, zumal doch der Grat zwischen „richtiger Kultur" und „purer Unterhaltung" bei Games oft als recht schmal bewertet wird. Aber hinter Dobrindts Aussage verbirgt sich ein kleines Politikum: Denn der Preis (insgesamt mit 385.000 Euro dotiert), der früher im Verantwortungsbereich des Kulturstaatsministers angesiedelt war, wurde kurzerhand ins BMVI verschoben, das seit 2013 auch den digitalen Verkehr steuert. Weiteren Zündstoff lieferte die Tatsache, dass die Politik (zusammen mit den Branchenverbänden BIU und G.A.M.E sowie der Stiftung Digitale Spielekultur) nur „pädagogisch wertvolle" und „kulturell hochwertige" Spiele auszeichnet. Doch Dorothee Bär, Parlamentarische Staatssekretärin im BMVI, freut sich: „Manchmal ist Leidenschaft wichtiger als Zuständigkeit." Und die Bayerische Wirtschaftsministerin Ilse Aigner lobte Games als „die Königsklasse der Kulturgüter und als eine Leitbranche der Digitalisierung". So wurde dem anfänglichen Unmut etwas Fahrtwind genommen – was sicher auch an der glamourösen Gala mit circa 600 Gästen lag, die laut Projektleiter Lars Kirchhof „durch die hochwertige Umsetzung bei Bühnenbau und Technik dem Ziel des Veranstalters – Bambi – ein Stück näher gerückt ist". (Es war bereits die sechste Preisverleihung, die seit 2009 abwechselnd in Berlin und München stattfindet.) Dazu trug auch die gute Kooperation mit der Eventagentur BESL bei, mit der satis&fy nach gemeinsamer Konzeptentwicklung gepitcht hatte. Um der außergewöhnlichen Location des Postpalastes (mit 3.000m² Fläche, acht Metern Deckenhöhe und einer 20 Meter hohen Dachkuppel) gerecht zu werden, musste auch bei der Technik groß aufgefahren werden. Highlight war eine riesige Bühne mit weißem Hochglanzbelag aus melaminbeschichteter Spanplatte und einer mit Lochblech verkleideten Front, um die eingebauten Lautsprecher für das Nearfill zu verstecken. Eine rahmenlose Projektionsfläche vor der Rückwand wurde mit zwei 20.000 ANSI-Lumen-Projektoren als Tandemprojektion befeuert. Die Form der Bühne mit gebogenen seitlichen Abschlüssen war an das Logo des DCP angelehnt. Dafür mussten Sonderbauteile für die Bühnenrückwand angefertigt werden, CNC-konturgefräste 3D-Logos, die sich dann ganz divenhaft in einer Ehrenrunde gen Süden transportieren ließen.

Die Planung und Umsetzung erfolgte in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen des Münchener Büros, Leonhard Roth und Martin Hess, die mit Know-how, Netzwerk und dem Wissen um die bayerischen Eigenarten eine große Hilfe waren. So gab sich dann auch das Publikum als eine ganz spezielle Mischung aus Computernerds und Münchener Schickeria, Laptop und Lederhose, Glamour und Grantlertum. An jenem Abend jedenfalls waren Kultur und gute Unterhaltung ganz und gar kein Widerspruch. *fk*

JOB-FOCUS

Seit diesem Jahr kooperiert satis&fy Berlin als bevorzugter Technikpartner mit der Eventagentur BESL, die auch den Meistersaal am Potsdamer Platz und den Berliner Dom betreibt und damit neue, feste Locations in unser Repertoire bringt. Eines der spannendsten Großprojekte in dieser Konstellation war die Verleihung des Deutschen Computerspielpreises (DCP) im Münchener Postpalast am 15. Mai 2014, eine echte Herausforderung, denn das Event hielt bereits im Vorfeld einige Überraschungen parat. Dazu kamen die wirklich nicht zu unterschätzenden lokalen Unterschiede zwischen Berlin und München. Aber: wer ko, der ko. Servus, Prost und Merci euch für die saubere Unterstützung, satis&fy München!

Earlier in the year, satis&fy Berlin teamed up with BESL as the event agency's preferred technology partner. BESL also operates the Meistersaal at Potsdamer Platz and the Berliner Dom, adding a couple of interesting new venues to our itinerary. One of the most exciting projects of this fresh, new alliance was a pretty big gig, the presentation of the German Games Award in Munich's Postpalast on May 15, 2014. The event presented a challenge, holding some surprises in store for us and teaching us a geography lesson: Berlin and Munich are two very different places indeed. But as the Bavarians so succinctly put it, 'Those who can, do.' And we did with some very good support from satis&fy Munich.

"The German Games Award is a big deal in German media. It's up there with the German Film Award and the Echo," said Alexander Dobrindt, Federal Minister of Transport and Digital Infrastructure, in his opening speech in Munich.

One would think that few in the industry would object to comparisons to the Bambi, Echo and the like, especially because the line between high-brow culture and pure entertainment is blurry when it comes to computer games. However, Dobrindt's statement touches on a political hot potato. Endowed with a total of 385,000 euros in prize money, the award was the Ministry of Culture's to hand out until it was unceremoniously reassigned to the Ministry of Transport and Digital Infrastructure, which since 2013 has also controlled digital traffic. Adding fuel to the fires of controversy, it is the policy of the government, the industry associations BIU and G.A.M.E, and the German Foundation for Digital Games Culture to honor only games deemed "educationally sound" and "of great cultural value." Unperturbed by the hullaballoo, Dorothee Bär, parliamentary state secretary at the ministry, is delighted with the turn of events: "Sometimes passion is more important than jurisdiction." And Bavarian State Minister of Economic Affairs Ilse Aigner praised games as "the pinnacle of cultural products and a leading industry in digitization." This took some of the wind out of critics' sails, and the glamorous gala attended by some 600 guests dispelled any remaining reservations. According to Project Manager Lars Kirchhof, "the high-quality of the staging and technical support moved the event a step closer to the organizer's benchmark, the Bambi awards." This was the sixth installment of the event, which has been alternately held in Berlin and Munich since 2009. satis&fy and BESL jointly developed and pitched the concept for the show, and this productive collaboration also contributed to its success. The Postpalast (an unusual location with 3,000 m² of floor space, an 8-meter ceiling and a 20-meter dome), required an arsenal of equipment. The centerpiece was a huge stage with chipboard coated in white high-gloss melamine and a perforated metal plate front to hide the built-in near-fill speakers. A frameless screen in front of the backdrop was addressed by a tandem setup of two 20,000 ANSI lumens projectors. The shape of the stage with its curved flanks was inspired by the DCP logo. The CNC contour-milled 3D logos, custom-made for this stage backdrop, demanded the diva treatment and were duly pampered on the special trip to cart them south.

The planning and execution were carried out in close collaboration with colleagues from the Munich office, Leonhard Roth and Martin Hess, who were a great help with their expertise, connections and insight into Bavarian idiosyncrasies. The audience was also a peculiar mix of computer nerds mingling with Munich's in-crowd. Laptops and lederhosen. Glamour girls and grouches. Sometimes the clash of cultures offers the best entertainment. fk/tg



Für einen glänzenden Auftritt sorgte die spektakuläre Bühne
A spectacular stage for a brilliant show

TICKER *Corporate Events*

Im Auftrag der Agentur SNT Media Concept setzten satis&fy-Projektleiter Martin Janik und sein Team für die Generalversammlung der **GAD** des IT-Dienstleisters alle Gewerke ein. +++ Erstmals ausstatten durfte satis&fy die „New Collection Presentation" von **Swarovski**. Schwerpunkt der 200 Besucher großen und drei Tage langen Veranstaltung waren Videocontent und Präsentationen inklusive Kamera- und Tontechnik.

*satis&fy Project Manager Martin Janik handled the general meeting of IT service provider **GAD**. SNT Media Concept tasked his team to provide all the support for this event. +++ satis&fy staged the presentation of **Swarovski's** new collection for the first time. Video content, cameras and audio equipment featured prominently during three days of presentations attended by 200 guests.*

Mein Schiff wird kommen

satis&fy bei TUI Cruises an Bord

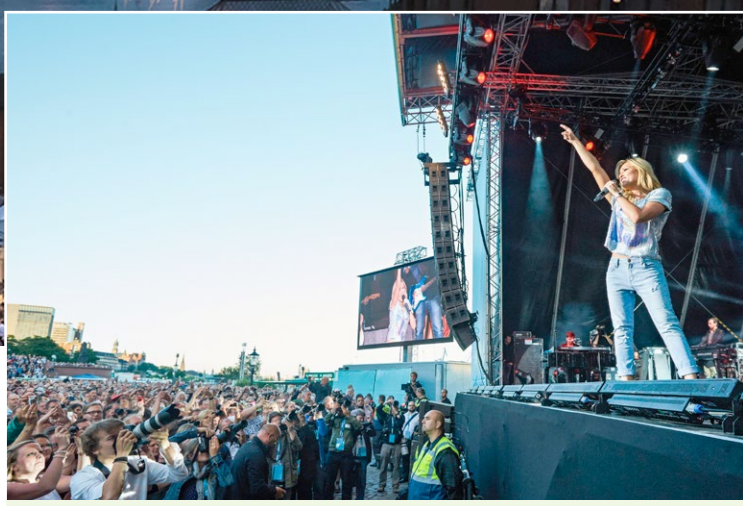
My Ship Will Come

satis&fy Climbs Aboard TUI Cruises



Foto: Ulrich Schaarschmidt

Was für eine Kulisse – und trotzdem alles echt. Die Taufe von „Mein Schiff 3" – ein Superlativ für alle Beteiligten!
What a setting, and all of it is real: Mein Schiff 3's christening was a larger-than-life event for all involved!



Helene Fischer war nicht nur Taufpatin für den neuen TUI Cruises Dampfer, sie gab auch gleich ein Hafenkonzert für die geladenen Tauf-Gäste.
Helene Fischer not only played godmother to TUI Cruises' new steamer, she also played her music at a portside concert for invited guests.

Es war nicht irgendein Boot, es war ein riesiges Kreuzfahrtschiff! Eine blonde Fee namens Helene Fischer schwebte engelsgleich heran und gab diesem Ozeanriesen den Segen. Charmanter getauft werden geht nimmer. Ein Mega-Event dort im Hamburger Hafen. Bei strahlendem Sonnenschein. Ein Traumschiff vor einer Traumkulisse. Die beeindruckende „Wohlfühl-Flotte" von TUI Cruises schreibt ihre Geschichte weiter – zusammen mit satis&fy.

„Mein Schiff 3" ist das neueste Schmuckstück der Flotte der Kreuzfahrtreederei TUI Cruises. In vier Jahren entwickelt, in 16 Monaten gebaut. Deutschlands derzeit erfolgreichste Künstlerin Helene Fischer taufte das Schiff getreu dem Taufmotto „Diamant trifft Perle" vor 1.700 geladenen und tausenden von Zaungästen am Pier des Cruise Centers in der Hamburger HafenCity. Die an einem perlenartigen Ballon an den Schiffsrumpf heranschwebende Taufpatin war begeistert und erleichtert zugleich – die Champagnerflasche zerschellte programmgemäß an der Bordwand.

Was jedoch bis dahin bereits hinter den stählernen Bordwänden geschehen war, blieb den tausenden Gästen auf dem Schiff und am Ufer – so wie es sich gehört – verborgen: ein Organisationsmarathon. satis&fy-Projektleiter Jan Schweingruber und sein Team sollten im Auftrag von Agentur-Managing Director Hanno Maack von der Agentur Combiful die „kleine Tauffeier" auf dem Schiff mit Bühne, Technik, Ton und Video versorgen. Der auch in Sachen maritime Einsätze erfahrene Projektleiter Jan: „Eine Veranstaltung auf ein Schiff zu bringen, unterscheidet sich diametral vom Land. Die Ladewege sind oftmals verwinkelt, schwer zugängig. Das funktioniert nicht einfach über eine Rampe. Vieles kann nur durch zupackende Hände und menschliche Arbeitskraft bewerkstelligt werden. Lediglich auf dem Oberdeck kamen Autokräne zum Einsatz." Für die Bestückung einer solchen Location ist also sehr viel Logistik gefragt, eine extrem gute Planung. Ein Vorteil der „Mein Schiff 3": „Im Entwurf der Schiffsarchitektur wurde vorausschauend an das Einbringen von zusätzlicher Eventtechnik gedacht", freute sich Jan über die exzellente Infrastruktur an Bord.

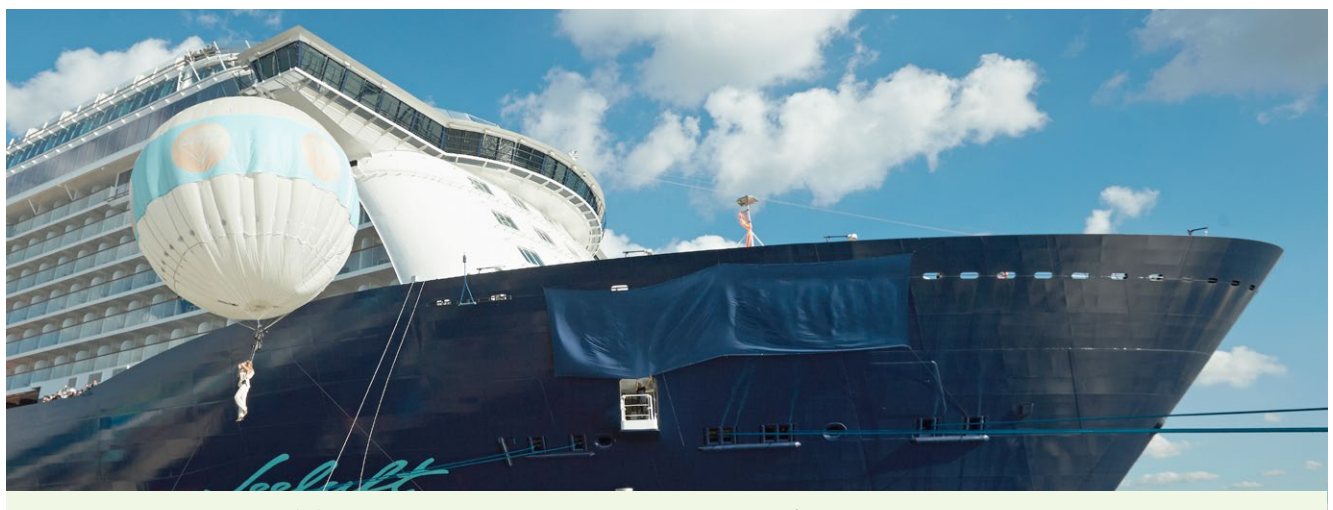
Ohnehin waren die Tage des Megaevents für satis&fy die Fortsetzung einer Reihe vieler beeindruckender Arbeitseinsätze unter TUI Cruises Eventmanger Lutz Deyle. „Seit Jahren verbindet uns eine großartige Partnerschaft", so Jörn Busch, satis&fy-Bereichsleiter Projektleitung am Standort Werne, über den Kooperationspartner. Er erinnert sich nach wie vor gerne an besondere Kreuzfahrten wie die Eventreise „Rockliner" mit Rock-Legende Udo Lindenberg oder die großen Incentive-Veranstaltungen an Bord der „Mein Schiff Flotte" für viele namhafte Konzerne. Vorläufiges Highlight war nun die Taufe von „Mein Schiff 3", ein Event, das der norddeutschen Hafenstadt an diesem Abend einen außergewöhnlichen Glanz verlieh. Tausende Gäste säumten die Ufer, nahmen teil an diesem emotionalen Großereignis. Ein für die Gäste kostenloses Helene Fischer Open Air auf dem Fischmarkt in St. Pauli rundete das Ereignis ab. Zusammen mit der Firma Soundhouse (tontechnischer Partner von Helene Fischer) stellte satis&fy das Licht, die Bühne und die Videotechnik. Am Tag darauf ging das neue Wohlfühlschiff dann auf Jungfernfahrt. Nicht nur die satis&fy-Crew winkte sehnsüchtig. Immerhin: „Mein Schiff 4" befindet sich schon in Bau. Bald steht also die nächste Schiffstaufe an. *mf*

It wasn't just any old boat; it was an enormous cruise ship! A blonde pixie named Helene Fischer glided in rather angelically to give this oceangoing leviathan her blessing. There may never be a more charming christening than this mega event in Hamburg's port. A love boat in a lovely setting bathed in bright sunshine joined the impressive "feel good" fleet of TUI Cruises. And the cruise line's story continues with satis&fy on board.

Mein Schiff 3 – that's the latest jewel in TUI Cruises' fleet. It took four years to design and 16 months to build. Then this gem of a ship crossed paths with a pearl carrying a girl: Germany's top artist Helene Fischer christened it with 1,700 invited guests and thousands of onlookers in attendance at the pier of the Cruise Center in Hamburg's HafenCity. The ship's godmother swooped down the hull on a pearly balloon, both thrilled and relieved that the champagne bottle shattered as intended on the vessel's steel.

Thousands of guests on the ship and shore-side onlookers had not an inkling of what went on behind all that steel plating to prepare for the event. After all, organizational marathons are not for public consumption. Combiful Managing Director Hanno Maack had tasked satis&fy Project Manager Jan Schweingruber and his team to furnish the stage, technology, sound and video for the "little christening party" aboard the big boat. Jan, who has seen his share of 'marine' gigs, says, "Staging an event on a ship is diametrically opposed to doing this on land. Access routes for loading are often winding and difficult to get to. You can't just roll everything up a ramp. Much has to be passed on from hand to hand. Cranes were used only on the upper deck." It takes a great deal of logistics and some brilliant planning to get a location like this geared up. Visibly pleased with the excellent infrastructure on board, Jan says that one advantage of Mein Schiff 3 was that, "The vessel's architecture was designed with foresight to accommodate additional event equipment later down the line."

For satis&fy, the days devoted to staging this mega event constituted the latest in a long line of impressive gigs working for TUI Cruises Event Manger Lutz Deyle. "It's been a great partnership that has connected us for years," notes Jörn Busch, head of satis&fy Project Management, commenting on the company's cooperation partner. He fondly recalls special cruises such as sailing the "Rockliner" with rock legend Udo Lindenberg and the big incentive events staged for many prestigious corporations on board the Mein Schiff fleet. The latest highlight was the christening of Mein Schiff 3, an event that brought a lot of glitz and glamour to the northern German port city that evening. Thousands lined the shore to get a glimpse of this stirring seaside spectacle. Helene Fischer wrapped things up with an open air concert, free for guests, held at St. Pauli's Fischmarkt. satis&fy teamed up with Soundhouse, Helene Fischer's audio support company, to provide the lighting, stage and video equipment. The next day, when the new feel-good ship set out on its maiden voyage, it wasn't just the satis&fy crew waving wistful goodbyes. But Mein Schiff 4 is already under construction so it won't be long until the next christening. mf/tg



Der entscheidende Augenblick – (an)mutig per Ballon schwebt Helene heran und lässt die Sektflasche hinabsausen!
In a gutsy moment of grace, Helene swoops in by balloon and lets the champagne bottle fly with a flourish.

TICKER *Public Events*

Der **Bertelsmann**-Rosenball zugunsten der Deutschen Schlaganfallhilfe glänzte mit Bryan Adams und Anastasia, satis&fy mit Video, Ton, Licht und Traversen. +++ Nochmal **Bertelsmann**: Zum Public Viewing klappten wir eine 54m²-Leinwand einfach aus einem Container. Zwei Layhertürme versorgten die 7000 Fans mit jedem Oh und Ah aus Brasilia. +++ Für „**Charity for Charité**" trafen sich 200 Big Spender in Berlin. satis&fy stellte die technische Ausstattung und das Bühnendesign.

*While **Bertelsmann**'s Rose Ball, a benefit for the German Stroke Foundation, brought Bryan Adams, Anastasia and a host of speeches to the stage, satis&fy brought the AV, lighting and trusses for a great show. +++ **Bertelsmann** also had us pop up a 54 m² screen out of a container for the public viewing of the World Cup quarter-finals. Two 11 m Layher towers piped in every ooh and ah from Brasilia for 7,000 fans to hear. +++ satis&fy provided the gear, staging and set design for the **Charity for Charité** in Berlin attended by 200 big spenders.*



Foto: Jens Jercke

Mauern können den blitzschnellen Nike Mercurial nicht aufhalten, wie die Installation „Broken Wall" eindrucksvoll zeigt.
Walls can't stop the lightning-fast Nike Mercurial as the impressive Broken Wall installation goes to show.

Das hat Stil: König Fußball im Königssaal

Launch des Nike Mercurial in Madrid

Soccer Reigns Supreme in the Hall of the Kingdoms

Nike Launches the Mercurial in Majestic Madrid Setting

Bei aller Schönheit des Königssaales des herrschaftlichen Palastes in Madrid, erbaut 1630-1635, müssen sich die Architekten ein paar Vorhaltungen schon machen lassen. Zum Beispiel die Sache mit den Treppen. Offensichtlich wurde völlig außer Acht gelassen, dass alle Räume und Etagen nur durch schmale Stufen zu erreichen sind – der Transport von Ton- und Videotechnik wurde schlichtweg nicht bedacht. Und hätte nicht die ein oder andere Hofschranze damals protestieren können, als zu Tage trat, dass sich 20 Samsung Displays nicht ohne weiteres an Ort und Stelle bringen lassen können? Aber vielleicht von vorn.

Innovation trifft Historie

Für einen Hersteller von Fußballschuhen ist eine Fußballweltmeisterschaft ein gigantisches Ereignis. Er tut alles, um seinen Spielern das bestmögliche Equipment zu bieten, an dem jahrelang geforscht wird. Was die Mannschaften dann daraus machen, ist ihre Sache. Der Ausrüster zumindest hat alles gegeben. Der neue Nike Mercurial Superfly ist das Ergebnis dieser Bemühungen. Außergewöhnlich schnell, explosiv und dynamisch. Rechtzeitig vor dem Weltereignis wurde er präsentiert. Der oben erwähnte Königssaal Salón de Reinos in Madrid war die auserwählte Location für den Launch. satis&fy zeichnete unter anderem verantwortlich für Licht, Ton, Video und Dekobau. In der heißen Phase waren 52 Leute (und bis zu 30 Helfer) damit beschäftigt, den Launch auf drei Stockwerken des historischen Gebäudes glanzvoll und cool zu gestalten. Menschen voller Energie – was man von den Räumlichkeiten nicht sagen kann. Seit 2010 wird das ehrwürdige Gemäuer nicht mehr genutzt – und ist deshalb auch nicht mehr ans Stromnetz angeschlossen. Zunächst musste also eine externe Stromversorgung gelegt werden, inklusive der kreativen Wegbereitung für alle Kabel im Innenraum und an der Fassade.

Freie Räume nutzen

Im Ausstellungsraum wurden Bildschirme in dort vorhandene antike Vitrinen eingelassen und mit rotem Samt verkleidet. In der obersten Etage kamen die präsentierten Teamkits durch goldlackierte Displays und einen Aufsehen erregenden Kronleuchter aus Fußballschuhen zur Geltung. Herzstück der gesamten Präsentation war aber der Presentation Space, der zum eigentlichen Launch Room führte. Hier hatte Nike-Star Cristiano Ronaldo auf einem Kunstrasen-Catwalk vor den 230 geladenen Gästen seinen großen Auftritt. Sunstrips aus Halogenlampen sorgten für die Magie dieses Augenblicks. Nach seinem Interview konnte ein weiterer Höhepunkt bestaunt werden: Die Kunstinstallation „Broken Wall" inszenierte die Schnelligkeit des Schuhs mit einer durchbrochenen Mauer. 180 Fäden symbolisierten seinen pfeilschnellen Weg, 4mm feine Stahlseile ließen ihn dabei optisch schweben. Nicht nur die Styroporschnitzer, die teils in Karben, teils vor Ort mit kunstvollen Handgriffen eine beeindruckende Mauer erstehen ließen, schauten mit Stolz auf das Werk.

Aber wie eingangs berichtet – alles hätte so schön sein können, hätten die Architekten damals auch zukünftige Technik und gewichtige Installationen eingeplant. So aber ... Die eingebrachten Bodenlasten überschritten die zulässige Belastbarkeit des Jahrhunderte alten Bodens und mussten mit PERI Stützen und Schalungsträgern von den darunter liegenden Stockwerken gestützt werden. Man müßte mit den Herren mal ein ernstes Wort reden.
hs

For all the beauty of the Hall of the Kingdoms, the architects who built Madrid's royal palace from 1630 to 1635 had one flaw: They were not clairvoyant. Take, for example, the trouble with the stairs. The designers ignored the fact that all rooms and floors are accessible only by claustrophobia-inducing stairs. Couldn't they foresee the need to lug audio and video gear up a narrow flight of steps? And couldn't any of those countless courtiers have raised their voice in protest about the impossibility of hauling up 20 Samsung displays? Fortunately, some farsighted soul invented the furniture lift.

History and the here-and-now collide

The World Cup is a monumental event for a soccer shoemaker. The preparations are equally epic: Years of research are devoted to developing the finest gear for players. It's up to each team to make the most of it, but the provider knows he has given it his all. This Herculean effort brings forth innovations like the new Nike Mercurial Superfly. Exceptionally fast, explosive and dynamic, the shoe was unveiled during the run-up to the global game's ultimate tournament. And the Salón de Reinos, or Hall of the Kingdoms, in Madrid was the venue chosen for its launch. satis&fy was on site to handle the lighting, sound, video, scenery and staging. During the hot phase, 52 crew members and up to 30 helpers toiled away to turn the historic building into a cool setting for the launch. Three floors of living history were given a glamorous touch. While the crew hummed with energy like some human dynamo, the premises were practically comatose. The rooms inside these venerable walls had been out of use and disconnected from the grid since 2010. First external power had to be piped via an imaginatively arrayed cable network snaking up the facade and crisscrossing the interior.

Exploiting open space

In the exhibition room, the crew embedded screens in antique display cases and draped them with red velvet. Team kits were presented on the top floor in displays lacquered in gold, with an eye-catching chandelier made of football boots adding a spectacular touch. But the heart of the showcase was the presentation space that led to the actual launch room. This is where Nike star endorser Cristiano Ronaldo made his grand entrance on an artificial turf catwalk. Sunstrips featuring halogen lamps conjured magical illumination. After the 230 invited guests followed CR7's interview, they had the opportunity to admire another highlight. The vivid visuals of an art installation featuring a ball blasting through a broken wall conveyed a sense of this shoe's power and speed. The ball was suspended on fine 4-mm steel cables and its explosive trajectory was portrayed by 180 gossamer strands. Skillfully crafted at Karben and on site, the styrofoam bricks and shards brought the wall to life.

Everything could have been so simple if the architects had stopped to consider things like the floor load. Then the crew would not have had to erect PERI formwork supports and scaffolding for the lower floors to shore up ceilings for equipment and set pieces. But with nearly 400 years gone, it's a bit late for recriminations now.
hs/tg

TICKER *Event Architecture*

Was ist ein Fußballzimmer? Weiße Wände, grüner Fußboden aus Kunstrasen, 40 weiße Stühle mit Blick auf zwei Leinwände und die Stars der Manege: Nike-Trikots und -Schuhe. Klar, White Pack hieß die Kollektion, um die es dabei ging. 15 Tage stylten die Deko-Projektleiter Dennis van Oosten/Hilversum und Edu Deringer/Karben dieses sportliche Gesamtkunstwerk auf das **Nike** European Hauptquartier im niederländischen Hilversum. +++ Ein spannendes transatlantisches Projekt nimmt dank unserem Neukunden **ETC** (führender Hersteller von Beleuchtung und Rigging-Technologie) weiter Gestalt an. satis&fy-Kollegen aus Portland und Karben arbeiten gemeinsam an extraordinären Konzepten für ETC-Messestände, die während EU- und US-Tradeshows leuchten werden. +++ Auf der Interpack 2014 überraschte die Maschinenfabrik **Möllers Group** mit einer Modellwand, die eine komplette Abfüll-, Palettier- und Verpackungsanlage simulierte. Das nämlich ist Möllers Hauptkompetenz. Integriert waren Displays und Touch-Screen-Terminals, die die Prozessschritte des Fullliners abbildeten. satis&fy stellte in Kooperation mit Standbauer Tünissen die komplette Technik und das Rigging.

*What is a football room? White walls, green artificial turf flooring, 40 white chairs overlooking two screens and the stars of the circus ring, Nike jerseys and shoes from the striking White Pack collection. Project Managers Dennis van Oosten from Hilversum and Edu Deringer from Karben spent 15 days setting and styling this sporty ensemble at **Nike**'s European headquarters in Hilversum, the Netherlands. +++ An exciting transatlantic project is taking shape thanks to our new customer ETC, a leading maker of lighting and rigging equipment. satis&fy crews from Portland and Karben are working together to make sure the extraordinary concepts for **ETC** stands shine brightly at trade shows in the EU and USA. +++ **Möllers Group** amazed visitors at Interpack 2014 with a wall featuring a model of an entire filling, palletizing and packaging plant. The engineering firm specializes in buildings these machines. The simulation included displays and touch-screen terminals showing how the various steps of this end-to-end packaging line. satis&fy teamed up with exhibit construction company Tünissen to furnish all the equipment and rigging.*



Fotos: Will Toogood

London/Berlin: Die Genealogie der Fußball-Stiefel – das gibt´s nur bei Nike! Jeder Schuh eine Story. Und das Drumherum: eine perfekte Präsentation.
London/Berlin: Nike sure knows how to showcase the genealogy of football boots. Every shoe tells a story and the setting provides the perfect stage.

Taktisch genial
Mit Kompetenz, Effizienz und Service zum Erfolg

Brilliant Tactics
Scoring the Big Points with Competence, Efficiency and Service

„Ich liebe es, Fußball zu gucken", erzählt die in Holland heimische Marina Charalambous. Trotzdem hat die Projektleiterin im satis&fy-Standort Hilversum/Niederlande mehr praktische Beziehung zu dem Job als die typischen Couch-Potatoes, die während der Fußball-WM diesem Sport eher passiv frönten. Denn auch Marina führte quasi als WM-Vorbereitung ein Team aus ausgesuchten Individualisten, Experten und Technikern zum Erfolg. Sie brauchte dafür ein feines Gespür für die treffende Taktik und eine starke Persönlichkeit, um sich auch in Stresssituationen nicht von ihrem Weg abbringen lassen. Und auch sie musste die Kunst beherrschen, die Mitspieler auf ein großes Ziel einzuschwören, ein Team zu formen, eine Einheit. Alle diese Kriterien waren gefragt, als sie ihren ersten großen Job für satis&fy übertragen bekam: Die erfolgreiche Ausstattung des „Nike Phenomenal House" im Vorfeld der Fußball WM 2014 in Brasilien, eines der Hauptevents des Sportartikelherstellers in diesem Jahr. Den Claim der Veranstaltung „Fearless Football" nahm Marina wörtlich.

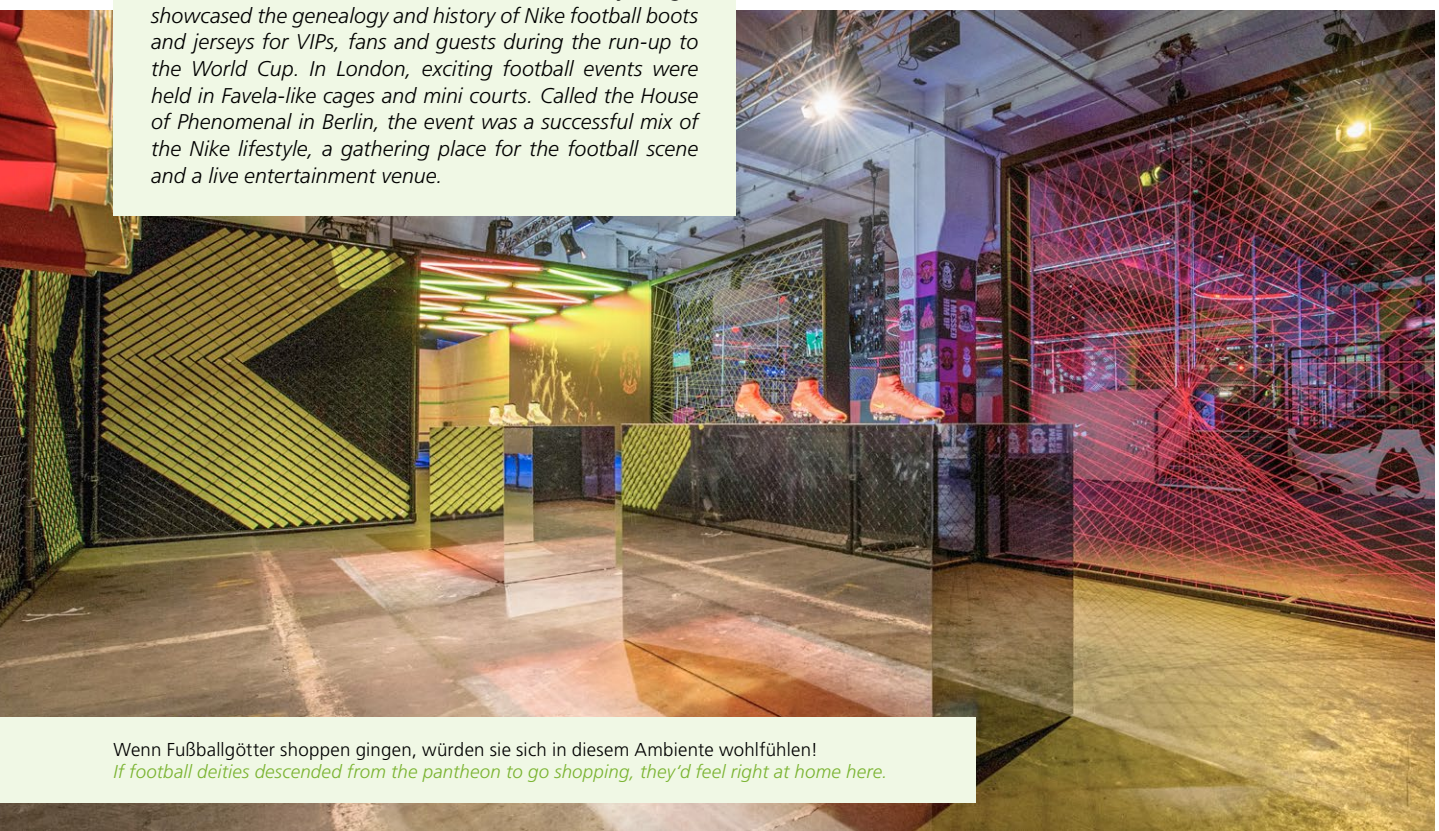
JOB-FOCUS

Die satis&fy-Abteilung für Deko- und Messebau stattete das Nike Phenomenal House an zwei Orten aus – in London und in Berlin. Das Motto: ***„Fearless Football – Riskier alles!"*** VIPs, Fans und Gäste sollten vor der WM Gelegenheit bekommen, sich genealogisch und geschichtlich in Sachen Nike-Fußballschuhe und -Trikotage zu informieren. In London wurden zudem in favelaartigen Fußball-Käfigen und Mini-Courts spannende Fußball-Events ausgetragen. Das Berliner Nike-Event (hier hieß es „House of Phenomenal") war ein gelungener Mix aus Nike-Lifestyle, Fußball-Szene-Treff und Live-Entertainment.

*s&f's interior design and exhibit experts decked out the Nike Phenomenal Houses in London and Berlin. The event, the motto of which was "**Fearless Football – Risk Everything**," showcased the genealogy and history of Nike football boots and jerseys for VIPs, fans and guests during the run-up to the World Cup. In London, exciting football events were held in Favela-like cages and mini courts. Called the House of Phenomenal in Berlin, the event was a successful mix of the Nike lifestyle, a gathering place for the football scene and a live entertainment venue.*

Die Ausgangssituation war für Trainer und Team alles andere als ideal gewesen. Die von Marina sorgfältig zusammengestellte Crew musste sich mit einem extrem knappen Zeitrahmen begnügen und auch deswegen dezentral agieren. „Für diesen Job musste ich während der Vorbereitungsphase in Hilversum bleiben, wobei die anderen Kollegen, die an dem Projekt beteiligt waren, in unserer Firmenzentrale in Karben/Deutschland waren", sagt Marina. Den sonst so wichtigen persönlichen Kontakt zur Mannschaft ersetzte das dichte digitale satis&fy-Kommunikationsnetz. Eine von vielen taktischen Varianten, sich optimal den Vorgaben und Möglichkeiten anzupassen. Marina sagt: „Wir haben unsere Probleme, Gedanken, Bedenken und Ideen offen kommuniziert, so fühlte sich niemand übergangen." Und tatsächlich gelang es, auf höchstem spielerischen Niveau und trotz aller Widrigkeiten, fast die gesamte Deko in Karben vorzufertigen, nach London zu verschiffen und dort zusammenzubauen. Deko-Projektleiter Uwe Kannengießer und Frank Simon, Technischer Leiter, bestätigen diese WM-reife Messebau-Leistung: „Um den eigenen Ansprüchen an Qualität hinsichtlich Optik, Funktionalität und Sicherheit zu genügen, mussten wir und vor allem Marina ein enormes Maß an Fingerspitzengefühl und Geduld aufbringen."

Und wie es sich für einen guten Teamchef gehört, widmete Marina diesen Erfolg der gesamten Mannschaft: „Dies war keine Ein-Mann-Vorstellung, sondern ein Zusammenspiel von Teamarbeit und Kreativität. Wir hatten Glück, es machte Klick, und wir waren gut aufeinander eingespielt", so ihr Fazit zu dem geschlossenen Auftritt. Der große Verdienst der Teamchefin: Wie selbstverständlich verfolgte Marina, die erst seit Oktober 2013 für satis&fy tätig ist, mit ihrer Strategie ein wichtiges satis&fy-Leitmotiv, nämlich „Standortübergreifendes KES" (Kompetenz, Effizienz und Service). So manch ein Fußball-Trainer kann sich bei Marina also noch etwas abschauen. *mf*



Wenn Fußballgötter shoppen gingen, würden sie sich in diesem Ambiente wohlfühlen!
If football deities descended from the pantheon to go shopping, they'd feel right at home here.

"I love watching football," says Netherlands native Marina Charalambous. Nonetheless, this Project Manager at satis&fy's Dutch branch in Hilversum has a more hands-on relationship with the sport than the typical couch potato who indulges rather more passively in this pastime during the World Cup. Marina captained a technically gifted team of select experts to success during preparations for the World Cup. It took a little finesse to get the tricky tactics right and a lot of personality to keep the ball rolling when it came down to crunch time. And like all great coaches, she had to master the art of building a team, getting it to commit to a common goal, and leading it to victory.

All these virtues were suddenly very much in demand when her first big job for satis&fy dropped in her lap. Setting the stage for the Nike Phenomenal House during the run-up to the 2014 World Cup in Brazil, one of the sporting goods manufacturer's main events of the year, was certainly a high-profile gig. The situation was far from ideal for the team, but coach Marina had the temerity to take the event's slogan – "Fearless Football – Risk Everything!" – literally. The crew, painstakingly assembled by Marina, had to contend with a dauntingly tight schedule. If there was ever time to act locally, this was it. Marina says, "For this job I remained situated in Hilversum, Netherlands, for the duration of pre-production; whereas the other team members involved in this project were based in our headquarters at Karben, Germany." The personal give and take, which is so important in this line of business, was relegated to satis&fy's powerful digital communications network. It offers one of many tactical options to adapt to challenging circumstances. As Marina explains it, "We openly communicated our problems, thoughts, worries, theories, and while doing so everyone left his or her ego at the door." In a brilliant play that defied long odds, the team succeeded in prefabricating the entire set in Karben and shipping it safely to London for assembly on site. Decór Project Leader Uwe Kannengießer and Technical Director Frank Simon confirm that this exercise in exhibit construction was a performance worthy of the World Cup: "We, and Marina especially, needed to muster a tremendous amount of tact and patience to meet our lofty standards for quality visuals, function and safety."

And as befits a good team leader, Marina attributed this success to the entire team: "This was not a one-man show; it was a collage of team effort and creativity! We just happened to be lucky enough to click as a team." Coach Marina still merits special mention. Although she has only worked for satis&fy since October 2013, the company's strategy has already become second nature to her. This project was a textbook example of cross-site CES (competence, efficiency and service) in action. Marina could teach many a soccer coach a thing or two about tactical nous.
mf/tg



Top-Ergebnis: Jörg Wittig von der Initiative Gemeinwohl-Ökonomie Rhein-Main kann mit satis&fy zufrieden sein. V.l.n.r.: Jörg Wittig, Dirk Vennemann, Britta May, Nico Ubenauf. / *An excellent result: Jörg Wittig from the Rhein-Main Initiative for the Common Good has cause to be satisfied with satis&fy. F.l.t.r.: Jörg Wittig, Dirk Vennemann, Britta May, Nico Ubenauf*

Wie gut sind wir eigentlich?

Unsere frisch erstellte Gemeinwohlbilanz gibt Auskunft

How Good Are We Really?

Our newly created balance sheet for the common good provides answers.

Wirtschaft soll dem Menschen dienen – nicht umgekehrt. Logisch, eigentlich. Alle Unternehmen machen denn auch etwas, um zu zeigen, dass sie es verstanden haben. Hier ein Zertifikat, dort ein Social Sponsoring, drüben ein Nachhaltigkeitsbericht. Für satis&fy keine besonders gelungene Lösung. Denn eine hübsche Maßnahme macht noch kein nachhaltiges Unternehmen aus. Im Jahr 2011 wurde Nico Ubenauf auf einen besseren Weg aufmerksam: Die Gemeinwohlbilanz. Sie geht auf die Gemeinwohlbewegung des Österreichers Christian Felber zurück, der einen umfangreichen Prozess für eine Unternehmensbilanz entwickelte. Nicht Umsätze und Gewinn spielen dabei eine Rolle, sondern die Nachhaltigkeit des Unternehmens nach 17 Indikatoren. Das bedeutet: Alle Bereiche, vom verwendeten Toilettenpapier bis zur Work Life Balance, vom Abfallmanagement bis zu Demokratie und Mitspracherecht, werden daraufhin beleuchtet, ob und wo sie noch verbesserungsfähig sind. Ein gewaltiger Brocken Arbeit. Und ein absolutes Novum in der Eventbranche, die ihrer Bestimmung nach nicht unbedingt „öko" ist.

Mit viel Idealismus und Begeisterung machte sich das CSR-Team (steht für Corporate Social Responsibility) von satis&fy an die Arbeit. Doch schnell wurde klar: Das hier ist ein Full Time Job. Das stemmt man nicht mal eben nebenbei. Die Umweltwissenschaftlerin Britta May übernahm fortan das Projekt und durchkämmte den Standort Karben systematisch. Ein dickes Handbuch half ihr, konsequent alle Bereiche zu bearbeiten. In 14 Workshops mit interessierten und erfahrenen Mitarbeitern wurden die zahlreichen Fragen, die der Prozess vorgibt, beackert. Ethische und ökologische Standards, Sinnhaftigkeit und Transparenz – alles kam auf den Tisch. Wo kommt energiesparende Technik zum Einsatz, wo noch nicht? Kann die Logistik noch effizienter und damit CO_2-sparender gestaltet werden? Verwenden unsere externen Werkstätten zertifizierte Hölzer wie wir? Gerade das Thema „Beschaffung" erwies sich als besonders knifflig. „satis&fy bezieht Artikel und Dienstleistungen von 1.500 Unternehmen", sagt Britta May. „Das muss man dann erst mal sortieren."

Auch alle Bereiche, die die Arbeit unmittelbar betreffen, wie die Arbeitszeiten und die Arbeitsplatzqualität, wurden intensiv diskutiert. Hier zeigte sich schnell, was die Gemeinwohlbilanz neben der Informationstiefe vom Nachhaltigkeitsbericht unterscheidet. Der interne Prozess, die Selbsterkenntnis und das Miteinanderreden stehen im Vordergrund – nicht die Darstellung nach außen. Am Ende wurden alle Ergebnisse in einem Bericht zusammengefasst – noch mal eine echte Herausforderung, um die sich Britta May und Katrin Fougeray (satis&fy - Marketing & Kommunikation) verdient gemacht haben. Dabei muss sich das Unternehmen selbst einschätzen. Externe Auditoren überprüfen dann das Ganze. Erfreuliches Ergebnis: Die Auditoren beurteilten das Unternehmen fast überall besser, als die selbstkritischen Karbener sich eingeschätzt hätten. Doch nach der Arbeit ist vor der Arbeit. „Wir wissen jetzt, wo wir stehen", sagt Britta May. „Nun müssen die kurz- und langfristig gesteckten Ziele, die sich aus der Bilanz ergeben, umgesetzt werden." Mehr Gemeinwohl geht immer. Für die nächste Bilanz 2016 sollen auf jeden Fall wieder etliche Positiv-Punkte dazukommen. *hs*

FOCUS

Was? Eine Gemeinwohlbilanz geht auf die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie zurück und zeigt den Status und die Potentiale eines Unternehmens für faires, ethisches, ökologisches Wirtschaften.

Warum? satis&fy durchleuchtete in einem umfangreichen Prozess sich selbst, um zu verstehen, wo und wie das Unternehmen in Zukunft noch besser werden kann.

Welches waren die größten Herausforderungen dabei? Viele verschiedene Dienstleistungen bedingen viele verschiedene Sichtweisen. In der Eventbranche ist die Beschaffung von Artikeln und Dienstleistungen obendrein sehr komplex.

What? *Inspired by the idea of a CGE, a balance sheet for the common good reveals how far a company has come in its efforts toward a fair, ethical and eco-minded way of doing business, and how far it has to go.*

Why? *satis&fy conducted an elaborate self-examination, x-raying its practices to understand where and how the company can do better in the future.*

What was the biggest challenge? *Many different services require many different perspectives. On top of that, procuring products and services in the event business is a very complex undertaking.*

Commerce is there to serve the people – and not the other way around. That sounds sensible enough, and companies are indeed making an effort to show they got the message – a certificate here, some community sponsoring there, and a sustainability report over yonder. But that's not a solution that works for satis&fy. A nice gesture doesn't quite equate with sustainability. In 2011, Nico Ubenauf came across a better option, the balance sheet for the common good. It originated with the Austrian activist Christian Felber, who developed an elaborate corporate check-sheet and spawned a movement called the Common Good Economy, CGE for short. However, this statement of assets and liabilities is not about revenues and profits; it rates a company's sustainability practices according to 17 indicators. Taking everything from toilet paper to the work-life balance into account, it looks at waste management practices, employee participation policies and so forth to see where there is room for improvement. It's also a lot of work, and unprecedented in an industry that is not exactly celebrated for being eco-minded.

satis&fy's CSR team went to work with wide-eyed idealism and missionary zeal only to find that this is a full-time job. It's not something that can be done as an afterthought. Environmental scientist Britta May took on the project and methodically scrutinized the Karben location. A thick manual helped her to work her way through all the units. Supported by the 14 workshops' intrigued and experienced staff, she plowed through the many questions posed by this audit. Ethical and environmental standards, utility and transparency – everything was put on the lab table for dissection. Where is energy-conserving technology used and where is it needed? Can logistics be made more efficient to shrink the company's carbon footprint? Are external workshops following our example of using certified woods? Procurement proved to be particularly tricky. "satis&fy sources goods and services from 1,500 companies," says Britta May, "Sorting all that out takes some doing."

Everything related to work prompted action; even working hours and workspace quality were topics of spirited discussions. This is where the difference between a balance sheet for the common and a sustainability report – apart from the depth of information – came to the fore. The former is all about internal workings, self-awareness and talking to coworkers rather than presenting a picture to the outside. When all the findings were in, they were summarized in a



report, another major challenge that Britta May and Marketing & Communication's Katrin Fougeray tackled with aplomb. The company assesses itself, and then external auditors come in for review. The result was rather gratifying: The auditors rated the company highly, giving it higher marks in almost every category than the self-deprecating crew at Karben gave themselves. But this kind of work is never done. "We know now where we stand," says Britta May, "Next we have to achieve the short- and long-term goals put forward by the balance sheet." One can never do enough for the common good. And there's time to raise some of those grades before the next balance sheet is drawn up in 2016.
hs/tg



Wir begrüßen Tim Taunton, den neuen Shopmaster in Portland, in seinem Arbeitsumfeld.
New, but already at home: We welcome Tim Taunton, Portland's new Shop Master.

Einer von uns
Neuer Shopmaster in Portland

One of Us
Portland's New Shop Master

FOCUS

satis&fy PDX, unsere Niederlassung in Portland, wächst und wächst. Und braucht deshalb ständig neue Mitarbeiter. Leute wie den 49-jährigen Tim Taunton, der ursprünglich aus San Francisco stammt und seit Mai im Unternehmen ist. Der Vater von drei Kindern lebt seit 1989 in Oregon und war als Zimmermann auch selbstständig tätig. Er weiß, wie man einen Werkstattbetrieb effizienter macht und sowohl flächenmäßig als auch personell ausbaut.

Our Portland branch satis&fy PDX just keeps on growing, which is why it is always looking for new people like 49-year-old Tim Taunton. Originally from San Francisco, he joined the company in May. A father of three and carpenter by trade, he has lived in Oregon since 1989, worked for companies and has been self-employed. He knows how to make a workshop run more efficiently and ramp up its capabilities in terms of both size and staff.

Tim Taunton ist der neue Herr über Sägen, Fräsen und die – wie immer – äußerst knapp bemessenen Lagerflächen unserer Dependance in Oregon. Sein Weg ins Unternehmen ist fast schon typisch für Mitarbeiter von satis&fy. Er zeigt, wie leicht der Einstieg sein kann, wenn man einige der „Gene" mitbringt, die uns zu der erfolgreichen Production Company gemacht haben, die wir heute sind.

Schuld ist eigentlich Tims Ehefrau Wendy. Sie hatte aus Unzufriedenheit mit einem ehemaligen Arbeitgeber spontan auf eine Anzeige von satis&fy reagiert und ist seither Personalerin in Portland (PDX). Sie machte Tim, als gelernter Zimmermann bis dahin mit dem Reparieren und Sanieren von Holzhäusern befasst, auf die freie Stelle des Shopmasters aufmerksam. Als der sich vorstellte, wollte er der Monotonie seines bisherigen Tuns entkommen. Und merkte sofort, dass er bei satis&fy genau richtig ist, als er einen Blick in die Unternehmens-Leitlinien warf.

„Ein paar davon kamen mir ziemlich bekannt vor. Ich arbeite ehrenamtlich als Football-Coach mit High-School-Kids und habe ganz ähnliche Leitsätze auf meinem Klemmbrett stehen", erklärt Tim. „'Reach for perfection to achieve excellence' ist mein absoluter Favorit." Für satis&fy tätig zu sein, ist das Bekenntnis zu permanentem Besser-werden-wollen. So heißt das bei uns im Booklet „Worauf es ankommt".

Die Zusammenarbeit mit den Deutschen findet er „erfrischend anders" als das, was er bisher gewohnt war. Für ihn ist auffällig, dass Ziele von vorneherein ambitioniert gesteckt sind, und dass wenig Aufhebens gemacht wird, wenn sie erfüllt werden. „Man wird nicht so viel und oft gelobt wie in einem amerikanischen Unternehmen. Wenn das aber passiert, hat das echt eine Bedeutung."

Ebenfalls anders, ja ungewöhnlich ist aus Tims Sicht vor allem „the face to the customer", das die Mitarbeiter von satis&fy zeigen: „Wir waren in New York mit einem stressigen Projekt befasst. Die Aufgabenstellung war sehr komplex und die Zeit knapp, weil etliche „Unwägbarkeiten" immer wieder die rasche Durchführung behinderten. Trotzdem zeigten die satis&fyler äußerste Professionalität, alle blieben ruhig und fokussiert, es wurde getan, was nur möglich war, und das hat den Kunden enorm beeindruckt. Und mir gezeigt, wie weit satis&fy zu gehen bereit ist. Eine Qualität, die ich auch beim Football schätze."

„Immer neue Aufgaben, jeder Tag, jeder Job ist anders – genau das, was ich wollte", meint Tim auch mit Blick auf bevorstehende Projekte. Zum Beispiel die Restrukturierung der Lagerflächen, die momentan zum Teil ausgelagert sind und separat angefahren werden müssen. Oder der bestehenden Arbeitsabläufe, damit effizienter gearbeitet werden kann. Und schließlich die Optimierung der elektrischen und pneumatischen Infrastruktur der Werkstatt, die zur Herstellung von Sonderanfertigungen benötigt wird. Was sich der Coach Tim für seinen Job als Shopmaster bei satis&fy PDX vorgenommen hat? „Praise matters. Every day." Auf satis&fy Deutsch: Lob ist wichtig und gehört zu unserem Alltag. *wk*

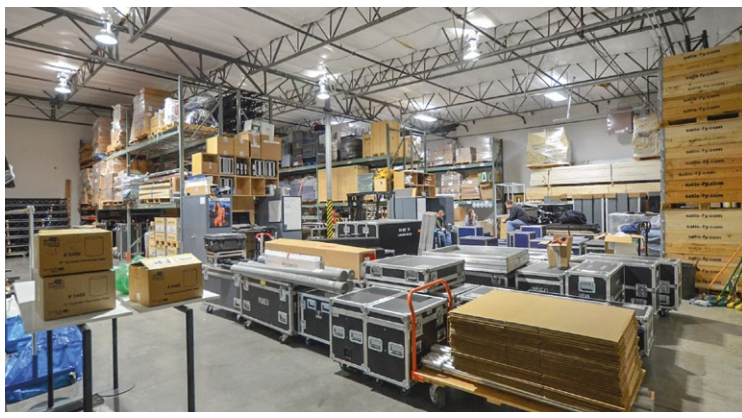
Tim Taunton is the new master of saws, mills and drills at the overflowing shop and warehouse at our Oregon office. Like many other satis&fy employees, he found his way to our company by happy circumstance. And his story goes to show how easy it is to join the fold if you share a lot of the DNA that has made us the successful production company we are today.

Blame it all on Tim's wife Wendy. Somewhat less than delighted with her former employer, she answered satis&fy PDX's job ad on a whim and has since been with HR in Portland. She alerted Tim, a trained carpenter with a gift for repairing and restoring wood houses, to the vacancy. Tim decided his current job was getting a bit repetitive and applied for the position of Shop Master to escape the monotony. He knew he found a home at satis&fy as soon as he glanced at our code of conduct.

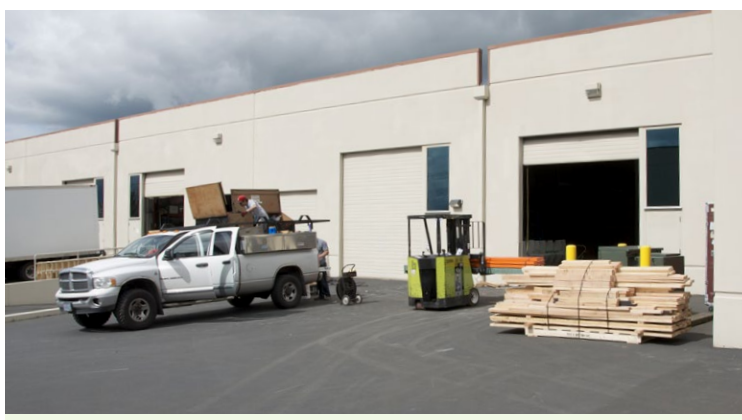
"A couple of the rules were very familiar to me. I work with high school kids as a volunteer football coach and have some very similar principles on my clipboard," notes Tim, "and 'Reach for perfection to achieve excellence' is my absolute favorite." The booklet explaining our code of conduct, What Really Matters, puts it rather succinctly: 'Working at satis&fy is a never-ending quest to improve.'

He has found that working with Germans is "refreshingly different" from past job experiences. The general attitude towards goals struck him as being most unusual – always ambitious from the outset and not a lot of fuss when they are achieved. "Praise isn't given as much or as often as in an American company. But when it does come, it really means something."

Tim also finds the satis&fy crew's customer-centric outlook, or "face to the customer," to be unusual: "We were in New York to handle a challenging project. The job was a tough one and time was short because so many unforeseeable obstacles kept getting in the way and slowing progress. Undaunted, the satis&fy crew demonstrated supreme professionalism with everyone remaining calm and focused, doing whatever it took to get the job done. The customer was deeply impressed. And it showed me how far satis&fy is willing to go. That's a quality I appreciate, on the job and in football."







Tims neue Wirkungsstätten: bislang sind die Lagerflächen auf mehrere Gebäude verteilt. */ Tim's new domain: To date, storage areas have been spread across several buildings.*

"New challenges every day, and every job is different – that's exactly what I wanted," Tim says, looking ahead to upcoming projects. One is to reorganize the storage areas, some of which are offsite and require supply runs. Another is to retool workflows so jobs can get done even more efficiently. Finally, there is the initiative to overhaul the workshop's electrical and pneumatic fittings, which are needed to build custom props. So apart from his skills and experience, what is Coach Tim planning to bring to his job as satis&fy PDX's Shop Master? He sums up, "Praise matters. Every day." And that says it all. wk/tg

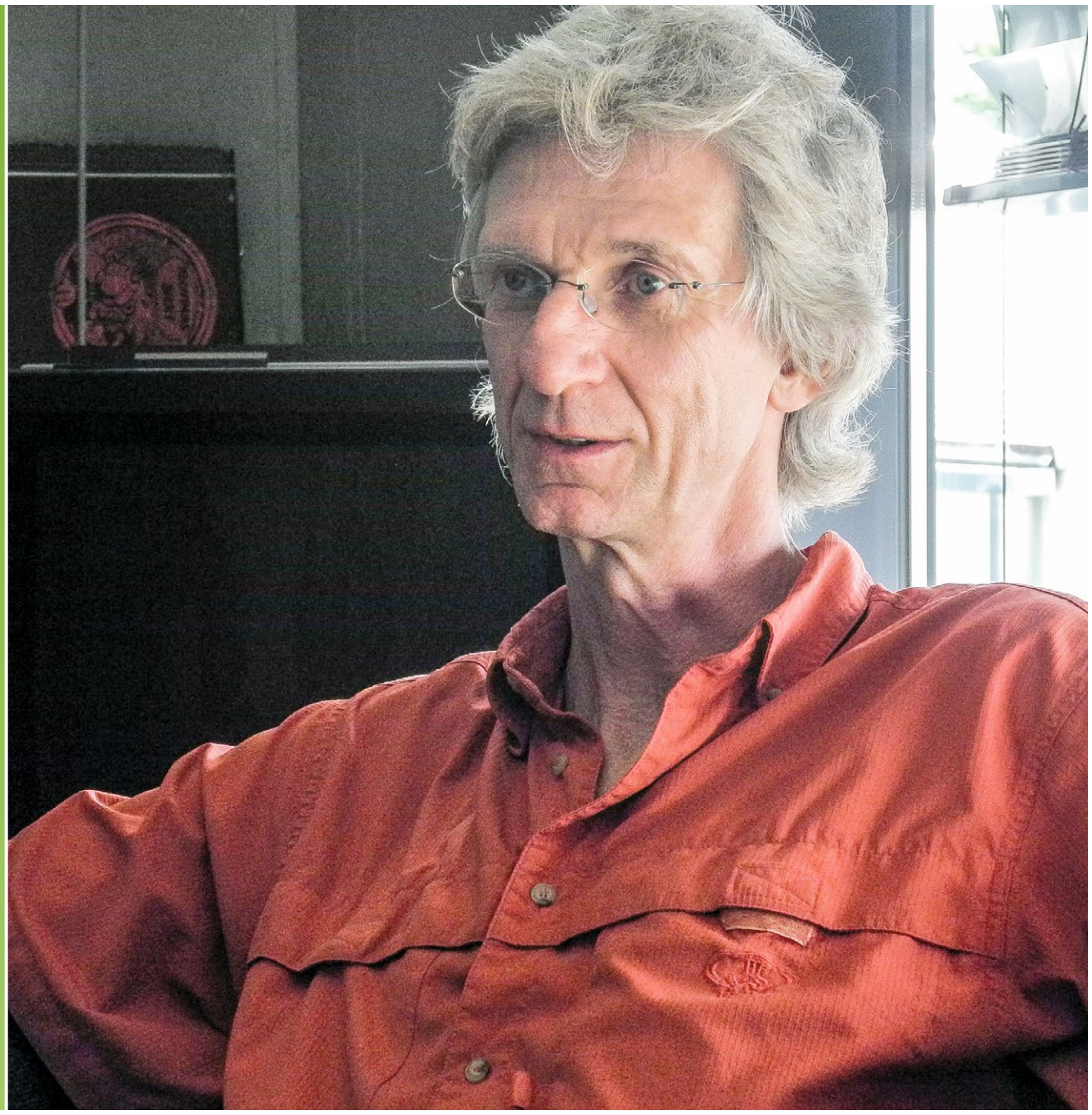
INTERVIEW

Eine Bereicherung für alle
satis&fy und Lightcompany schließen sich zusammen

Everyone Wins
satis&fy and Lightcompany Join Forces

Direkt nach dem Notartermin laden zwei entspannte Geschäftsführer zum Interview: satis&fy-Chef Nico Ubenauf und Peter Nellen, Gründer der Lightcompany. Der Anlass ist hochkarätig und sorgt für Aufsehen in der Branche. Ab sofort ist das erfolgreiche Neusser Unternehmen Lightcompany sowie dessen Partnerfirma Cyberhoist nämlich Teil von satis&fy. Im Gespräch wird sehr schnell deutlich, dass der Zusammenschluss der zwei Branchengrößen für alle Beteiligten schon jetzt als großer Erfolg zu bewerten ist. Es wird nicht etwa ein Konkurrent geschluckt, sondern es entsteht ein Merger auf noch höherem Niveau. Beide Unternehmen profitieren dabei vom jeweils anderen – aber letztlich bleibt vor allem einer König – der Kunde.

Fresh out of the notary's office, satis&fy CEO Nico Ubenauf and Lightcompany founder Peter Nellen wound down with a quick Q&A session. Although the occasion is a bit of a tectonic shift that sent tremors through the industry, the two executives look as serene as the Mona Lisa. The earthshaking news is that Neuss-based Lightcompany and its affiliate Cyberhoist, two very successful enterprises, are now part of satis&fy. As the following interview will reveal, all stakeholders agree that this merger of two industry giants will be an unmitigated success. This is not some hostile, whale-swallowing-minnow takeover, but a happy union. And though the two companies benefit from one another, the crowning glory is that it all goes to serve King Customer.



LIGHTCOMPANY®
member of satis&fy

Wie hat die Branche diese Nachricht aufgenommen?
Peter: Ich kann einen Branchenkollegen zitieren, der meinte: „Lightcompany und satis&fy zusammen? Das ist eine Waffe."

Nico: Der Begriff „Waffe" klingt natürlich viel zu drastisch. Wir wollen mit dem Schritt wirklich niemanden verunsichern, sondern den Zusammenschluss offen und ehrlich kommunizieren. So bleiben zum Beispiel die beiden starken Namen transparent. In Zukunft firmiert Lightcompany lediglich unter dem Nebentitel „Member of satis&fy".

Wie läuft der Zusammenschluss ab?
Peter: In den letzten Monaten fand bereits ein intensiver Austausch zwischen den Kollegen der einzelnen Fachbereiche statt.

Nico: Wir haben Arbeitsgruppen der Standorte und Fachbereiche gebildet. Dabei konnten wir feststellen, dass wir kompatibel arbeiten.

Peter: Genau. Wir passen aber nicht nur materialmäßig zusammen, sondern auch menschlich stimmt die Chemie.

Peter, warum ausgerechnet satis&fy, eine Konkurrenzfirma?
Peter: Wir haben schon in den letzten Jahren nicht gegeneinander, sondern miteinander gearbeitet und dabei wirklich festgestellt, dass wir ähnlich ticken. Zwar hat es und wird es immer mal wieder Überschneidungen und Berührungspunkte geben, klar. Aber der Markt ist groß. Hinzukommt, dass Lightcompany und Cyberhoist das Portfolio der satis&fy-Gruppe bereichern und darüber hinaus einen attraktiven und funktionierenden Standort in der Großregion Düsseldorf/Köln liefern. Wir verfügen über einen treuen Kundenstamm, arbeiten viel im Automobil- und Messebereich.

Und wir bekommen nun zusätzlich einen großartigen Zugriff auf Inhouse-Know-how. Das schafft neue Perspektiven, Möglichkeiten und Ideen, die wir unseren Kunden anbieten wollen. Nein, satis&fy ist keine Konkurrenz, sondern eine Bereicherung.

Wie siehst du das, Nico? Warum ausgerechnet die Lightcompany?
Nico: Unsere ersten gemeinsamen Jobs liegen schon ein paar Jahre zurück. Wir haben damals schnell gemerkt, dass es sich bei Lightcompany um eine sehr solide, handwerklich extrem durchtrainierte Firma handelt, die uns auf manchen Gebieten, zum Beispiel bei der technischen Ausstattung von Messeständen, sogar einiges voraus hatte, sodass wir dort noch richtig was lernen konnten. Deshalb bietet der Zusammenschluss allen Beteiligten ein Zusammenspiel von positiven Effekten.

Für uns ist der Medienstandort Köln-Düsseldorf, wie Peter schon sagte, eine absolute Bereicherung. Wir verfügen dort nun über eine noch stärkere regionale Präsenz. Auch in Sachen Kinetik werden wir durch Cyberhoist, das Partnerunternehmen von Lightcompany, in Zukunft sehr viel besser und breiter aufgestellt sein. Das gilt ebenso für unser bisheriges Stiefkind, die Messebeleuchtung. Lightcompany ist einfach die perfekte Ergänzung, in vielen Bereichen sind unsere Systeme absolut kompatibel.

> Man hat die Möglichkeit, sein Lebenswerk mit anderen zu teilen und fortzuführen. Die Verantwortung für die Mitarbeiter steht dabei an vorderster Stelle.

Alles in allem sind wir als Firmen-Gruppe noch einmal deutlich lösungsstärker geworden. In Sachen Beleuchtung, Beschallung und Bühnenbau gehören wir damit endgültig zu Europas Größten in der Branche.

Was sind die Spezialitäten der Lightcompany?
Peter: Die Veranstaltungstechnik auf Messeständen, insbesondere die Ausleuchtung in Kunst- und Tageslicht inklusive des Riggings. Unser zweites Standbein namens Cyberhoist liefert kinetische Installationen, zum Beispiel Enthüllungen von Autos. Dazu zählt alles, was sich dreht und bewegt: die Bühne, die Beleuchtung, die Kameras. Bei den kinetischen Installationen sehe ich in jeder Dimension Potential, sie weiter auszubauen. Da stehen wir am Anfang einer Entwicklung.

Wie haben eigentlich die Mitarbeiter auf die Nachricht reagiert?
Peter: Die Zukunft meiner Mitarbeiter liegt mir ganz besonders am Herzen. Ich habe mit jedem einzelnen Kollegen Gespräche geführt. Sie alle sehen den Zusammenschluss positiv, weil sie wissen, dass sie in ein leistungsfähiges Unternehmen integriert werden. Viele Mitarbeiter arbeiten ohnehin bereits seit Jahren mit satis&fy zusammen. Sie freuen sich auf den Zusammenschluss. Wir alle werden dazulernen. Denn es bieten sich nun viele neue Chancen, neue Märkte zu erschließen, die unsere Arbeit interessanter und unsere Kunden zufriedener machen.

Warum dieser Schritt, im besten Mannesalter seine florierende Firma in ein anderes Unternehmen zu integrieren?
Peter: Danke für die Blumen! Das „beste Mannesalter" bleibt mir hoffentlich noch eine Weile erhalten. Ich werde nämlich die kommenden sieben Jahre Geschäftsführer bleiben. Aber wenn dann mein Rückzug ins Haus steht, ist durch den Zusammenschluss der Fortbestand des Unternehmens gesichert. Diese Aussicht ist beruhigend.

Aber gibt man da nicht ein Stück von sich selbst her – sein Lebenswerk?
Peter: Nein, im Gegenteil. Man hat die Möglichkeit, sein „Lebenswerk" mit anderen zu teilen und fortzuführen. Die Verantwortung für die Mitarbeiter steht dabei an vorderster Stelle.

Wo seht ihr die Gefahren eines solchen Schrittes?
Nico: Bisher haben wir immer auf ein gesundes, organisches Wachstum gesetzt. Das heißt aber nicht, dass wir uns grundsätzlich

Partnerschaften gegenüber verschlossen hätten. Der Partner muss halt stimmen. Das tut er in diesem Falle. Beide Firmen haben einen guten Ruf; und in der Branche wird der Zusammenschluss schon jetzt als logischer Schritt wahrgenommen.

Wirklich nur als positiver Schritt?
Peter: Ich bin schon erstaunt, dass der Zusammenschluss so positiv aufgenommen wird. Jeder konnte das als logischen Schritt nachvollziehen. Sorgen darüber, was nach solchen weiter reichenden Schritten wird, sind ja eigentlich ganz normal. Aber es scheint, als hätten bereits die vielen Vorgespräche viele Zweifel geglättet.

Und was ist mit der Kritik am rasanten Wachstum von satis&fy? Fünf neue Standorte innerhalb von zwei Jahren – da könnte einem ja schon schwindelig werden?
Nico: Die Expansionsgeschwindigkeit des Unternehmens ist tatsächlich rasant. Aber es ist einfach eine superspannende Zeit mit sehr viel Bewegung. Beispiel USA, wo für uns der Markt gerade explodiert. Weitere Beispiele sind Brasilien mit der WM 2014 und den Olympischen Spielen 2016.

Welche Maßnahmen müssen eine solch rasche Expansion begleiten?
Nico: Wichtig ist, angesichts dieser Entwicklung sachlich und konzentriert vorzugehen. Wir müssen die Mitarbeiter zeitnah und umfassend mitnehmen. In unterschiedlichen Meetingformaten geht es darum, das Verständnis dynamischer Prozesse dauerhaft zu kommunizieren und nachvollziehbar zu machen.

Peter: Die Politik spricht gern von der 100-Tages-Bilanz. Um die ziehen zu können, wollen wir jetzt erst einmal Prioritäten setzen und klar definieren, was wir erreichen wollen. In einem viertel Jahr können wir dann bereits erste Schlüsse ziehen.

Und was wollt Ihr erreichen?
Nico: Den gemeinsamen Materialpool bestimmen und optimieren, Zumietungen weiter dezimieren, das eigene Portfolio besser umsetzen, alle Projektbereiche auf Effektivität prüfen und vor allem mit den Kunden in Kommunikation treten, um sie noch schneller zu bedienen.

Das klingt durchweg wie eine neuerliche Erfolgsgeschichte?
Nico: Wir können alle optimistisch in die Zukunft blicken, wenn wir gemeinsam wirklich das Beste wollen. Auf diese Weise werden wir auch höhere Hürden schließlich nehmen. Wenn wir diese Herausforderung annehmen, werden daraus viele weitere positive Dinge entstehen. *mf*

How did the industry react to this news?
Peter: I can quote a fellow industry player who said, "Lightcompany and satis&fy have joined forces? That's a weapon."

Nico: The term "weapon" sounds far too drastic, of course. We really don't want to intimidate anyone with this move; we simply want to announce and explain the merger openly and honestly. The two strong brand names, for example, will remain visible. Lightcompany will simply continue doing business with the added subtitle "Member of satis&fy."

How is the merger being put into practice?
Peter: The staff of the individual departments has been engaging in a spirited dialog over the past few months.

Nico: We put together location- and department-based working groups and found that we work in compatible ways.

Peter: Exactly. It's not just that the equipment is a good fit; the chemistry between people is also right.

Peter, why go with satis&fy, a rival company?
Peter: We had already been working together rather than competing in recent years, and in that time, we discovered that we're pretty much on the same wavelength. Of course, there were times when we stepped on each other's toes. That is sure to happen again, but the market is big. And on top of that, Lightcompany and Cyberhoist enrich the portfolio of satis&fy group and add another attractive, successful location in the greater Düsseldorf/Cologne region. We have a loyal customer base, and do a lot of work in the automotive sector and at fairs. Now we also have excellent access to resources and in-house expertise. This opens the door to new prospects, possibilities and ideas that we want to offer to our customers. So satis&fy is an asset rather than a competitor.

How about you, Nico? Why Lightcompany of all enterprises?
Nico: It's been a few years since we began working together on jobs. We soon realized that Lightcompany is a very solid firm, exceptionally well-trained in the craft. In fact, it has the edge in some areas such as the hardware for exhibition booths, so there are things we can learn. This is why the merger benefits everyone with its reciprocal positive effects. As Peter pointed out, a location at Düsseldorf/Cologne, a big media hub, is a huge asset for us. Now we have an even stronger regional presence there. With Lightcompany's affiliate Cyberhoist, we have a much better and broader offering in kinetics than we did in the past. The same goes for what has been a bit of a stepchild for us, exhibition lighting. Lightcompany is simply the perfect match; our systems are fully compatible in many areas. All in all, we will now be able to deliver even stronger solutions as a corporate group. If we weren't already among Europe's industry leaders when it comes lighting, sound and staging, we're certainly up there now.

What are Lightcompany's specialties?
Peter: Technology and equipment for exhibition booths, especially illumination with artificial and natural light, to include all the rigging required for this purpose. Our other mainstay, Cyberhoist, provides kinetic installations for the unveiling of cars and the like; in a nutshell, it furnishes everything that rotates and moves, including the stage, lighting and cameras. I see potential for expansion in every dimension of kinetic installations. We're just at the inceptive stage of development here.

How did employees respond to the news?
Peter: The future of our employees is something that is very near and dear to me. I talked to each colleague. They all have a positive outlook on the merger because they know that they are being integrated into a very capable company. Besides, many employees have worked with satis&fy for years. They are delighted with the merger. We will all learn new things as opportunities to develop new markets open up for us. This will make our job even more interesting and leave our customers even more satisfied.

Why would a man in the prime of his life integrate his thriving firm with another company?
Peter: Thanks for the compliment! I hope to remain in the prime of life for a while yet because I will remain managing director for the next seven years. But when the time comes for me to step down, the company's existence will have been secured by this merger. This prospect is reassuring.

But aren't you giving up a piece of yourself, your life's work?
Peter: No, quite the opposite actually. I have the opportunity to share and carry on my life's work with others, whereby the responsibility for the employees comes first.

Where do you see the risks in a move like this?
Nico: So far, we have always relied on healthy, organic growth. That does not mean we ruled out partnerships on principle, but it does mean that it has to be the right partner. And that is the case here. Both companies have a good reputation, and the industry already widely perceives the merger as a logical step.

Is it really seen as all positive?
Peter: I am amazed that the merger has been so positively received. Everyone was able to appreciate that this is a logical step. Concerns about what comes after such major moves are normal enough. But it appears that the extensive preliminary talks put many doubts to rest.

What about the criticism leveled at satis&fy's rapid growth? Five new locations within two years – the pace is a bit dizzying, isn't it?
Nico: The company is indeed expanding at a remarkable rate. But this is an exhilarating time with a lot of momentum. Take, for example, the USA, where the market is simply exploding for us. Other examples are Brazil with the 2014 World Cup and the 2016 Olympic Games.

What actions have to accompany such rapid expansion?
Nico: In view of this development, it is important that we proceed with a businesslike, focused approach. We have to bring employees on board, early and fully. Dynamic processes have to be explained in various types of meetings to ensure they are understood by all.

Peter: Politicians like to talk about measuring accomplishments after the first hundred days in office. To do that, we have to set priorities and clearly define what we want to achieve. We can then draw some preliminary conclusions in three months' time.

And what do you want to achieve?
Nico: Inventory and optimize the shared pool of equipment, continue down-scaling rentals of outside equipment, improve our portfolio's implementation, review all project units' effectiveness and, above all, communicate with customers to provide even faster service.

This sounds like another success story in the making.
Nico: We can all look forward to a bright future if we pull together and aim for the best. Then we will also be able to take higher hurdles. Many other good things will come to pass if we tackle this challenge.
mf/tg

Peter Nellen (l.), Nico Ubenauf: Freunde geworden und Freunde geblieben – trotz Big Business!
Peter Nellen (l.) and Nico Ubenauf: Friends in life, partners in business



> I have the opportunity to share and carry on my life's work with others, whereby the responsibility for the employees comes first.



Fürs Leben lernen

satis&fy Portland startet Summer-Camp-Programm

Learning for Life

satis&fy Portland Sets Up Summer Camp Program

Maika Janat, President satis&fy Portland (PDX), hat zusammen mit Gayle Ritt (Marketing) ein dreimonatiges Summer-Camp konzipiert. Dieses Jahr ist für sieben Teilnehmer Premiere. „Alle sind willkommen, von High-School-Kids ab 15 bis hin zu College-Absolventen – wobei wir letztere vorziehen. Wichtig ist ein Interesse an der Eventbranche. Wer sich bewährt, hat später bei Einsteiger-Jobausschreibungen Vorteile", erklärt Maika.

Gayle Ritt hat die Vorbereitungen koordiniert und freut sich auf die Aufgabe: „Dieses Mal werden die Kandidaten an echten Projekten mitarbeiten und Verantwortung übernehmen, etwa bei „experience 2.0", unserem Open-House für Kunden, Zulieferer, Externe, Freunde und Familie. In dieser Zeit wird sich die Zahl der Summer-Camper sogar verdoppeln!"

Maika geht es vor allem darum, den Interessierten zu zeigen, wie man Events plant und umsetzt; Einzelabteilungen, „hands-on experience" und Workshops stehen ebenfalls auf der Agenda. „Unsere diesjährigen Teilnehmer sind smart, motiviert und wissbegierig – genau das, was wir bei zukünftigen Mitarbeitern suchen. Ich bin sicher, dass wir sie derart begeistern können, dass sie sich für Einsteigerjobs bei uns bewerben." Auf einen der Teilnehmer wartet bereits eine solche Stelle." *wk*

Maika Janat, president of our Portland (PDX) branch, teamed up with marketing maven Gayle Ritt to design a three-month summer camp. The first seven participants have signed on for this year's debut camp. "Everyone is welcome from high school kids 15 and up to college graduates, although we prefer the latter. An interest in the events industry is important. If you prove yourself, you will have an edge later when it comes to entry-level job postings," says Maika.

Gayle Ritt, who coordinated preparations, is looking forward to the task: "This time candidates will be involved in real projects and assume responsibility, for example at 'experience 2.0,' our open house for customers, suppliers, freelancers, friends and family. The number of summer campers will even be doubled while that's going on!"

Maika's top priority is to show these prospects how to plan and stage events. The various departments, hands-on experience and workshops are also on the agenda. "This year's campers are smart, motivated and eager to learn – which is exactly what we look for in prospective employees. I am confident that we will be able to inspire them to apply for entry-level jobs with us." A job like this is already waiting for one of the candidates.
wk/tg

Hilversum setzt auf AV Alliance

Hilversum Gets AV Alliance Gigs

Jede Menge Neuigkeiten von unserem niederländischen Standort weiß John van Gaal zu berichten: „Die HG Group aus den USA haben wir in Amsterdam in den Räumen von booking.com mit Equipment unterstützt, u.a. mit Livestreaming des Events über deren Inhouse-System – inklusive Technik. Für eine Veranstaltung der Riverview Systems Group, ebenfalls USA, haben wir in der Amsterdam ArenA über unseren Kunden Marklogic das komplette Equipment mitsamt Bühne gestellt, Riverview hat ergänzend Laptops beigesteuert."

Solche Aktionen laufen im Rahmen der AV Alliance, in der sich führende Verleihfirmen für hochkarätige Eventtechnologie – wie etwa satis&fy – zu einem Expertennetzwerk zusammengeschlossen haben. *wk*

John van Gaal has much to report on the latest developments at our Dutch branch: "We supported the USA's HG Group in Amsterdam, providing equipment to cover the rooms of booking.com. This included the gear needed to stream the event live via their in-house system. We also furnished, by way of our client MarkLogic, all the equipment and the stage for an event held by another US company, Riverview Systems Group, at the Amsterdam ArenA. Riverview contributed some ancillary laptops."

Gigs like this are handled as part of the AV Alliance, a coalition formed by satis&fy and other leading companies with top-notch event technology and services for hire. This alliance has created a network of experts in the field. wk/tg

IMPRINT

TRUE COLOURS, ©2014 satis&fy

PUBLISHED BY: satis&fy AG
Industriegebiet Dögelmühle
61184 Karben, Tel. 06039-91200
www.satis-fy.com
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

ART DIRECTION: Judith Augustin
EDITOR IN CHIEF: Katrin Fougeray / Thomas Schmitt (ViSdP)

TRANSLATION: Thomas Green
ENGLISH PROOFREADING: Phyllis Kiehl, Birgit Quade
PROOFREADING: Ines Streu

CONTRIBUTORS: Friederike Klussmann, Michael Freund, Wolfgang Klotz, Heidi Schmitt, Nico Ubenauf, Kai Weiberg

Printed on FSC certified paper

"satis&fy goes fashion"



Wenn bei uns das Telefon klingelt, denken wir manchmal: Das könnte die InStyle sein. Oder die Vogue. Die sprechen schließlich immer mit Menschen, die auf vielen Catwalks der Welt unterwegs sind, die auf Bühnen im Rampenlicht stehen. Und mit denen, die für eine gute Show verantwortlich sind. Und das sind wir ja unbedingt. Man könnte uns zum Beispiel fragen, wie man Magie erzeugt. Oder bei welchem Licht Hauttöne am schönsten wirken. Aber vielleicht sind das Beauty-Geheimnisse, die wir gar nicht verraten sollten. Nicht in der Vogue.

Hätte man uns allerdings gefragt, was die Deutsche Fußballnationalmannschaft zur Siegesfeier anziehen soll, hätten wir natürlich auch gesagt: Schwarz. Das tragen wir dauernd. Dabei kommen die vom Heben, Tragen, Sägen und Hämmern gestählten Oberarme einfach am besten zur Geltung. Wir hätten dazu elegante Cargo-Hosen empfohlen, in denen man mühelos drei Kilometer Tape, einen Tacker und andere wichtige Utensilien unterbringen kann. Hätte die Deutsche Mannschaft außerdem unsere Sicherheitsschuhe der Schutzklasse S3 getragen, hätten die in die Menge geschossenen Bälle bestimmt eine außergewöhnliche Dynamik erreicht.

Zum Glück gibt es durchaus Modeschöpfer, die sich von uns inspirieren lassen. Donna Karan zum Beispiel. Die New Yorker Designerin integrierte nämlich Frotteeschweißbänder in ihre Kollektion. Was Sie diesem Heft beigelegt finden, ist also nicht etwa voll retro, sondern das Heißeste, was Sie derzeit tragen können. In Siegerschwarz. Natürlich. Mit freundlichen Grüßen von Designern der Welt und anerkannten Schwitz-Experten. Vom schweißtreibenden Arbeiten verstehen wir nämlich in Wahrheit doch noch ein bisschen mehr als von Mode. *hs*

Sometimes when the phone rings we fantasize that it could be InStyle or Vogue calling. After all, these magazines are always interviewing people who prowl the world's catwalks, are at home on stages and in the spotlight, and get the call when it comes time to put on a good show. That's us alright. We could tell the chic crowd a thing or two about creating magic or lighting that brings out the best in skin tone. Then again, perhaps these beauty secrets were never meant to be revealed, at least not in Vogue.

Had we been asked what Germany's soccer team ought to wear to its victory celebration, we would have said stick with basic black. We wear it all the time. Nothing highlights big guns built the honest way – that is, by lifting, carrying, sawing and hammering – like a black T. We recommend combining them with stylish cargo pants that can easily accommodate two miles of tape, a staple gun and other tools that can't be done without. Had the German team also worn our class-S3 safety footwear, they would have booted those balls out into the crowd with a lot more verve.

Fortunately, some fashion designers indeed find inspiration in what we do. Take, for example, Donna Karan. The New York designer recently added wrist sweatbands to her collection. So what you will find enclosed with this issue is not a retro nod to awesome 80s attire; it's just about the hottest item you can wear these days. And of course it comes in winner's black, courtesy of world-wise designers and recognized experts in perspiration. Truth be told, we actually know a lot more about sweat-inducing work than about those flights of fancy known as fashion. hs/tg