satis&fy
the true colours of events

TRUE COLOURS

01/15

Jordan Brand Celebrates Its 30th Year at the NBA All-Star Weekend

The World's Slickest Basketball Simulator

Foto: Dorothy Hong

Editorial

In der *TRUE COLOURS* suchen wir stets die Story hinter der Story – Dinge, die im ersten Moment nicht so wichtig erscheinen und dennoch von Bedeutung sind. Solche Storys handeln manchmal von unseren Mitarbeitern. Zum Beispiel von jenen, die auch ohne Führungsfunktion die DNA des Unternehmens entscheidend mitdefinieren.

satis&fy ist beileibe nicht arm an solch farbenfrohen, prägenden Charakteren. Trotzdem möchte ich von all unseren Köpfen den einen „Kopp" erwähnen, der sich – ohne dies unbedingt zu wollen – auf ganz eigene Weise immer wieder positiv hervorgetan hat. Weniger mit großen Aktionen, eher im Hintergrund mit kleinen Dingen, die nicht minder weit reichenden Einfluss auf das soziale Miteinander in unserem Unternehmen haben. Über seinen „normalen" Job hinaus hat er mit seiner Persönlichkeit, mit seinem Engagement und mit witzigen Gedichten, die er zu speziellen Anlässen per SMS an Kollegen verschickt, unsere Geschichte mitgeschrieben. Sein empathisches Wesen hat das menschliche Gefüge von satis&fy entscheidend mitgeprägt.

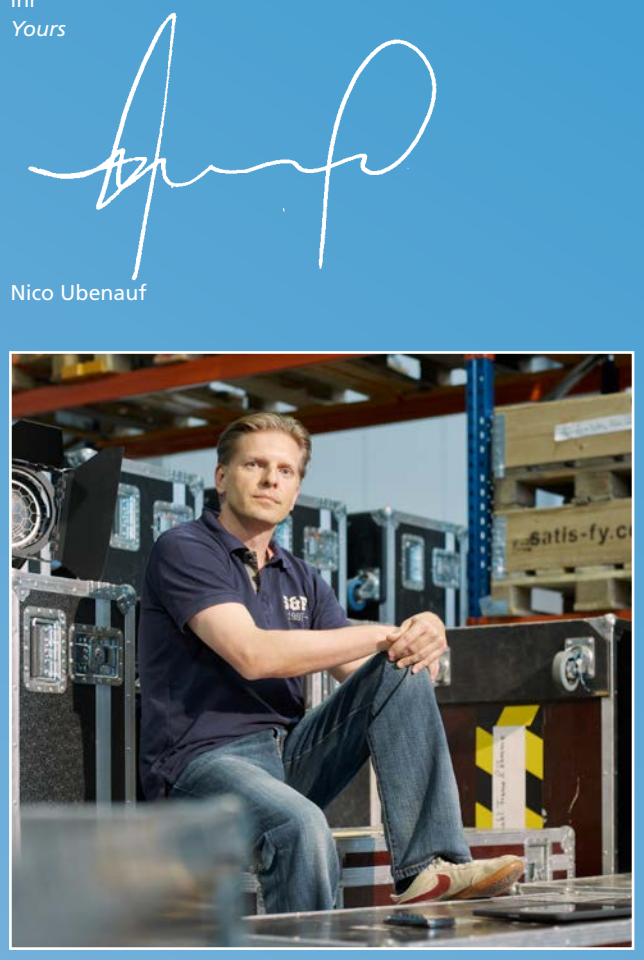
Für den Erfolg eines Unternehmens sind solche Menschen enorm wichtig, weil sie für Gemeinschaftssinn, für positives, optimistisches Denken stehen und sich dafür einsetzen. Lesen Sie auf Seite 9 mehr über jemanden, der schon seit ewigen Zeiten dazugehört und dem satis&fy viel zu verdanken hat.

TRUE COLOURS has always been about the search for the story behind the story; about finding facts that may not seem so important at first glance, but make all the difference in the final reckoning. Sometimes these stories are about people who are so much a part of our company's DNA that they lead even without a title.

There's no shortage of such colorful and influential characters at satis&fy. However, I want to single out one who has always stood out in his own inimitable way. No attention-seeker, his actions are less about grand schemes and more about many little things done in the background. These fine threads, woven into our company's social fabric, have made us a stronger community. Beyond just doing his normal job, he has had a hand in writing our company's story, literally with the witty poems he sends out on occasion to coworkers in pointed text messages and figuratively with the force of his personality and dedication. His empathy and compassion are a big reason why the human touch figures so prominently at satis&fy.

People of this persuasion are indispensible to a company's success because they embody the spirit of community, and their positive, optimistic mindset and can-do attitude are so infectious. satis&fy owes a debt of gratitude to this long-serving mainstay of our company. Read more about him on page 9.

Ihr
Yours



Nico Ubenauf

Highlight in der dunklen Jahreszeit

Lichtinstallation am Flughafen Tempelhof

Schwer vorstellbar, jetzt an den Berliner Winter zu denken. Alles ist grün und hell, die Vögel zwitschern, der Frühling verlagert das Leben wieder auf die Straße und zaubert selbst beim griesgrämigsten Hauptstadtbewohner das ein oder andere Lächeln ins Gesicht. Die grauen, tristen und scheinbar endlosen Wintermonate sind vergessen.

Dennoch wirft Uwe Buhrdorf, Managing Director satis&fy Berlin, gerne einen Blick zurück auf ein Highlight der dunklen Tage: die Lichtinstallation auf dem ehemaligen Flughafen Berlin Tempelhof, ein besonders schönes Pro-bono-Projekt, das satis&fy von Dezember 2014 bis Ende Februar 2015 initiiert hat: „Es war uns eine Ehre, einem so wichtigen und großen Projektpartner diese kleine Freude zu erweisen." Angefragt hatte Pascal C. Thirion, Bereichsleiter für den Geschäftsbereich „Eventlocation Flughafen Tempelhof" der Tempelhof Projekt GmbH.

Die Überlegung war, in den trüben Wintermonaten auf dem Gelände, das schon mal etwas trostlos wirken kann, wenn die Gebäude gerade nicht mit Events bespielt werden, Lichtpunkte zu setzen. Es wurden zwei Punkte des Areals herausgestellt, indem sie mit einer Festinstallation im wahrsten Sinne des Wortes gehighlightet wurden. Die warme Permanentbeleuchtung mit einem gebrochenen Gelbton – ähnlich der Hausfarbe der Eventlocation Flughafen Tempelhof – in der Ehrenhalle und im Tower erzielte mit dem weithin sichtbaren Lichteffekt eine schöne Fernwirkung, die natürlich auch auf satis&fy abstrahlte. „Wir haben eine der schönsten Locations der Stadt zum Leuchten und gleichzeitig unsere Verbundenheit mit dem Ort zum Ausdruck gebracht", schwärmt Buhrdorf. Dazu gibt es ein universal einsetzbares Foto des beleuchteten Gebäudes, das frei benutzt werden darf – nicht ganz unmaßgeblich bei so einer Location! Das historisch enorm bedeutsame Areal ist auch heute noch sehr wichtig für Berlin. Die riesige Freifläche mitten in der Stadt, deren Erhalt sich die Bürger letztes Jahr in einem Entscheid erkämpft haben, war schon nach dem zweiten Weltkrieg von größter Relevanz. Zur Erinnerung an die Berliner Luftbrücke zur Versorgung der Stadt durch die Westalliierten besuchen viele Touristen heute das Luftbrückendenkmal, die sogenannte „Hungerkralle". Sehr eindrucksvoll ist auch die Flughafenarchitektur, die für jeden Anlass die richtigen Räume bietet, beispielsweise für Nike, ERGO oder den gigantischen etailment Summit. *fk*



Foto: Tempelhof Projekt GmbH

Blick auf die beleuchtete Ehrenhalle des ehemaligen Flughafens
A view of the former airport's illuminated hall of honor

A Highlight Amid Dark Days

Light Installation at Tempelhof Airport

It's hard to picture Berlin in winter when everything's green and bright, the birds are twittering, and spring has coaxed life back onto the street and the odd smile even from the capital's most cantankerous denizens. Those dreary grey and seemingly endless winter days are ancient history.

Uwe Buhrdorf, managing director at satis&fy Berlin, still likes to revisit one of the highlights of those dark months: a light installation at Tempelhof, Berlin's defunct airport. It was a pretty little pro bono project that satis&fy pulled off from December 2014 to the end of February 2015 at the behest of Pascal C. Thirion, head of Tempelhof Projekt GmbH's event location division. As Uwe puts it, "We were honored to do this little favor for a valued key account."

The idea was to brighten up the site, which in bleak winter months can come across as a bit dreary, when events aren't underway to bring the buildings to life. The antidote to the wintertime blues was to put up a permanent installation highlighting, in the truest sense of the word, two select spots on the vast grounds. Similar in hue to Tempelhof airport's signature yellow, the refracted lighting added a touch of warmth to the Ehrenhalle [hall of honor] and the Tower. The alluring lighting can be seen from a great distance, and it wouldn't be a stretch to say that its glow reflects well on satis&fy. "We illuminated one of the city's loveliest locations and expressed our attachment to it in one go," says Uwe Buhrdorf. The illuminated building has been captured in a picture. This image may be used freely as in the public domain, which is rather important considering the significance of this monument to the city's history and the here-and-now. A unique location, it occupies a vast swathe of downtown Berlin, and its citizenry repelled development plans with a groundbreaking referendum to preserve it as a public park. The landmark was vital to the city in the wake of World War II. Many tourists still visit the Airlift Memorial, nicknamed the Hungerkralle (hunger claw), commemorating the Allies' efforts to resupply the cordoned city by air. The historic site's impressive architecture provides all the right rooms for every occasion, as clients as diverse as Nike, ERGO and the huge etailment Summit would attest. fk/tg

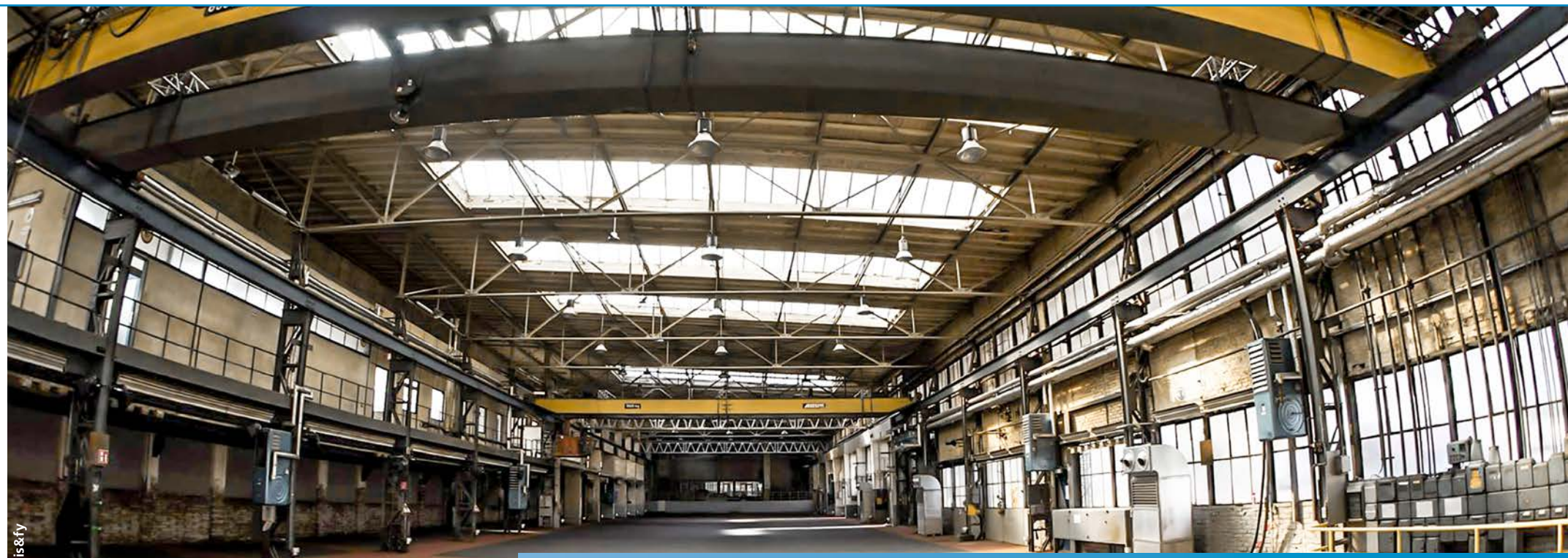


Foto: satis&fy

Neuer Boden, neuer Glanz – und viel Platz für Partys und Präsentationen!
New flooring, a shiny makeover and plenty of room for parties & presentations

Fredenhagen lebt
In der Eventszene schlägt ein neues Herz

The Fredenhagen Comes Alive
A New Center of Gravity on the Event Horizon

Patina – das ist die äußere, dünne Schicht auf etwas Betagtem, die dem Betrachter Weisheit vorschützt, Tradition, Geschichte. Patina verdeckt aber auch, was darunter liegt: den einstigen Glanz, Glück, Hoffnung, Enttäuschung. Sie lässt eine stille Ahnung von dem zurück, was einmal war.

An Fredenhagen, direkt an der Sprendlinger Landstraße zwischen Frankfurt und Offenbach gelegen, haftet dieser Firnis des Vergangenen. Über 100 Jahre Industriehistorie geistern durch die riesigen Räume. Noch bis ins Jahr 2009 hinein entstanden hier Förderanlagen, Hebemittel und Aufzüge. Dann fiel der Hammer. Das Ende einer Ära. Das drohende Schicksal dieses Baudenkmals: Zerfall, Abriss, Neubau. Dieses Los ist dem Industriebau erspart geblieben. Denn es fanden sich Menschen, die dem Charme der Halle erlegen sind. Sie haben erkannt, dass das Werk über eine innere Strahlkraft, mit eigenem Stil, mit Ecken und Kanten, verfügt.

Jetzt ist Fredenhagen endlich in der Gegenwart angelangt, und man plant wieder für die Zukunft. Ein genial durchdachter Nutzungsplan sieht hier einen bis zu 6.000m² disponiblen Event-Space mit Außengelände für bis zu 4.000 Gäste vor. Ein Unikat! Denn kaum eine andere Location nahe der Frankfurter City bietet derart viel Fläche sowie Raum und Höhe für kreativ inszenierte Corporate Events jeder Art. Gerade als alternativer Event-Space für begleitende Messeveranstaltungen ist Fredenhagen fast einzigartig im Einzugsgebiet und überzeugt – neben der extrem guten Erreichbarkeit (direkt an der Autobahn gelegen), einer großen Backstage-Fläche, einer idealen Zulieferarchitektur (9m Deckenhöhe, 8t-Kran, Rolltore zur ebenerdigen Anlieferung, Anfahrtsareale für Sattelschlepper) und der Shuttle-Eignung – ganz einfach durch innere Werte. Schon deshalb passt dieser Event-Space perfekt zu satis&fy als Preferred Partner für die technische Konzeption, Umsetzung und Produktionsplanung. Vermarktet wird die Halle von der Locationsmanagement Company *Spaces* mit Sitz in Frankfurt.

Bereits 2014 fanden hier Veranstaltungen statt, die die Wandelbarkeit der Location unter Beweis gestellt haben. Kunden wissen den rauen Charme des eher ungeschliffenen Ensembles zu nutzen, indem sie ihr Publikum mit ausgefallenen Events in andere Welten entführen. Wo kann man schon eine Art kleines Stadtviertel mit Wiesen, Spielplätzen, Straßen, Hallen und Hinterhöfen mieten? Ganz klein und gemütlich oder riesig groß mit tausenden von Gästen – alles ist möglich.

Umfangreiche, aber sensible Renovierungsmaßnahmen konnten bereits Anfang 2015 durchgeführt werden – ein neuer, belastbarer Boden gleicht nun vorhandene Unebenheiten aus, eine Spezialfarbe verleiht der Halle neuen Glanz.

Die nächsten Meilensteine sind der Einbau neuer Sanitäranlagen und die Gestaltung des Haupteingangs – voraussichtlich werden diese Maßnahmen Mitte Mai abgeschlossen sein. Wichtig auch: die harmonische Trennung bzw. Verbindung zwischen den beiden Eventhallen „Alter Stahlbau" (3.000m²) und „Neuer Stahlbau" (1.600m²), welche einzeln oder zusammen gebucht werden können. Fredenhagen – eine ehemalige Stätte der industriellen Produktion wandelt sich zu einem inspirierenden Ort, an dem Vergangenheit weiter atmen, Gegenwart genutzt und gefeiert, Zukunft neu gedacht werden kann. Ja, Fredenhagen lebt! *mf*

Patina is that fine layer of wear the passage of time leaves on surfaces. It suggests the wisdom that comes with great age, tradition and history. But patina also cloaks past glories and the happiness, hopes and disappointments of those who passed this way. Its mute testimony leaves us guessing as to what once was.

Time has lefts its mark on the Fredenhagen, located on Sprendlinger Landstraße between Frankfurt and Offenbach. Over 100 years of industrial history haunt this huge space, and until 2009 conveyors, lifting equipment and elevators were still assembled here. Then the hammer came down, ending an era. With decay, demolition and redevelopment looming large on the horizon, this monument's doom seemed imminent. However, the steel works were spared this ignominy. Attracted by its heavy-metal allure, people succumbed to the coarse charms of a factory that still has a lot of life left in it; a space with a rough-and-ready style of its own.

Now the Fredenhagen has arrived in the present and is set for the future. With a rather nifty layout stretching across some 6,000 square meters indoors and out, it accommodates up to 4,000 people and all kinds of events. Hardly a location in downtown Frankfurt can compete when it comes to room–that is, floor space and ceiling clearances–for staging creative corporate events. In fact, few if any 'alternative' locations in the region can match the Fredenhagen's flair as a venue for events accompanying fairs.

Situated right next to the Autobahn, it's easy to access. Its architectural selling points include a large backstage area, a nine-meter ceiling, an eight-ton crane, rolling steel doors for ground-floor deliveries, as well as plenty of maneuvering space for eighteen-wheelers and parking for shuttle buses. This infrastructure is a dream come true for support crews. That alone would make it a perfect fit for the venue's production company, which happens to be satis&fy. The defunct factory is marketed by Spaces, a location management company headquartered in Frankfurt.

A string of events in 2014 vividly demonstrated this venue's versatility. Customers took advantage of the unpolished ensemble's post-industrial charm to treat their audiences to a hyperreal events experience. Where else can the client rent an entire little urban quarter with grassy fields, playgrounds, streets, halls and courtyards? Anything goes, from intimate, cozy get-togethers to huge happenings with thousands of guests.

Extensive but painstaking renovations followed in early 2015. A new, more resilient floor evened out surface irregularities and a fresh paint job spruced up the hall.

More major improvements are in the offing with modern sanitary facilities to be installed and the main entrance revamped by mid-May. Another intriguing feature of the venue is the seamless transition between the 3,000 m² Alter Stahlbau and the 1,600 m² Neuer Stahlbau halls, which can be partitioned and booked separately. The Fredenhagen has been transformed from an industrial artifact into an inspiring place where the past is remembered, the present is celebrated and the future is welcomed. The Fredenhagen has indeed come alive. mf/tg

TICKER *Locations*

Radsport-Renaissance in Deutschland. Anfang Januar stellte sich das Team Giant-Alpecin in der Französischen Botschaft, Berlin vor. satis&fy trat im Auftrag von KPP Event mit in die Pedale und lieferte Technik und Deko sowie den Livestream ins www. +++ Seit 2007 jährliche satis&fy-Auftaktveranstaltung in und mit der Berliner Event Location AXICA im Auftrag des Bundesverbands der deutschen Volks- und Raiffeisenbanken: Die Sterne des Sports! Ranghohe Politiker ehren verdiente Sportler des Jahres. satis&fy liefert den technischen und dekorativen Glanz.

+++ The Bundesverband der deutschen Volks- und Raiffeisenbanken's Sterne des Sports in the AXICA, a hot event location, has been satis&fy's annual kick-off event since 2007. While top politicians saluted the year's best athletes, satis&fy furnished the technology and décor needed to stage a brilliant show.


Foto: Stefan Wildhirt

Ausgefeiltes Location-Konzept am Standort Rhein-Main: Fast alles ist möglich!
A sophisticated Rhine-Main location: Practically anything's possible here.

EXP2015

„Experience is one thing you can't get for nothing."
Oscar Wilde

Alle, die am 15. April die *satis&fy experience 2015* besucht haben, und natürlich auch diejenigen, die unsere Veranstaltung verpassen mussten, möchten wir auf die nächste TRUE COLOURS Ausgabe hinweisen. Dort finden Sie alles zur diesjährigen *experience*, die sich unter dem Leitmotiv „Vielseitig denken" in der ehemaligen Offenbacher Industriehalle Fredenhagen mit den Eventthemen Licht, Ton, Bild, Messebau, Design, Logistik, neue Technologien, Nachhaltigkeit und Innovationen beschäftigte.

"Experience is one thing you can't get for nothing."
Oscar Wilde

*Attention everyone who joined us at the **2015 satis&fy experience** on April 15 and all those who missed it or couldn't make it. Be sure to check out the next issue of TRUE COLOURS, where the event held in the FREDENHAGEN, a defunct factory in Offenbach, will be covered in depth. True to its motto–**Vielseitig Denken / Thinking Outside the Box**–it was a showcase for our lighting, audio, video, expo stand construction, design and logistics capabilities as well as innovations in technologies and sustainability.*



Foto: Andreas Graber

Showtime in Männedorf
Showtime in Männedorf

Neulich im Haus am See

satis&fy lässt Swarovski ordentlich funkeln

Stylish Showcase Graces Lakeside House

satis&fy Soldiers on, Swarovski Sparkles

Die NCP, die New Collection Presentation von Swarovski, ist ein Highlight im Jahreskalender des österreichischer Schmuckherstellers. Da sollte nichts dazwischen kommen, den Ablauf gefährden. Aber genau das hätte passieren können. Doch dazu später mehr.

Das Headquarter von Swarovski liegt in Männedorf am Zürichsee und ist – stilgerecht – in lichter, futuristischer Architektur mit viel Glas eingebettet. Die schmucke Location ist halbjährlich der Schauplatz für die exklusive Vorstellung der neuen Kollektion. Schmuck, Uhren, Home Accessoires und Figurinen – Glanz an schönen Frauen und schönen Dingen. Manager aus der ganzen Welt reisen an, um zu sehen, was Neues kommt; die dreitägige Kollektionspräsentation einer Marke, die in der Show-Welt zuhause ist und das auch bei internen Veranstaltungen ausstrahlt.

satis&fy begleitete diesen Termin nun zum dritten Mal. In direkter Zusammenarbeit von der Sorte, bei der man sich Ideen, Wünsche und Lösungen wie Bälle zuwirft und mit der am Ende alle zufrieden sind. Eine feine Sache. Wir entwickelten das Bühnendesign, probten die Vorträge mit den Rednern und gestalteten die Räume für die Workshops. Licht, Ton, Videotechnik, Kameratechnik, alles ohne Materialschlacht, aber mit dem Händchen für schlanke und edle Lösungen – die Plattform auf der die Präsentationen und Workshop-Ideen glänzen können. Das heißt nicht, dass eine Splitscreen-wand aus 3 x 3 Modulen nicht mit einem ordentlichen Wumms daherkommen darf. Aber Visuals und Videos sollten die Aufmerksamkeit bekommen, nicht das Drumherum. Schlichtes Schwarz, schlanker Edelstahl. Für die Workshops waren kreative Rahmen gefragt, etwa die Anmutung eines TV-Studios oder eines Stores. Und natürlich geht nichts ohne Modenschau, wenn es um Schmuck und Glamour geht.

Nun könnte man eigentlich aufhören zu berichten. Alles war ordentlich durchgeplant, von den spontanen Änderungen einmal abgesehen, aber die machen uns weiter keine Bauchschmerzen. Die nicht. Wohl aber ein garstiger Blitzvirus, der sieben unserer Mannen vor Ort aus den Schuhen warf. Was also tun? Durchatmen. Und augenblicklich eine Notfallcrew aus verfügbaren satis&fy-Mitarbeitern einfliegen lassen. Dann ein paar Nachtschichten einlegen und so tun, als sei nichts passiert. Und am Ende termingerecht fertig werden. Das hebt kurzzeitig den Blutdruck, führt aber zu Schulterklopfen und Freude auf allen Seiten. Zum Glitzern am Zürichsee hat das alles im Grunde ganz gut gepasst. Denn so ist das eben immer in der Glamour-Welt: The show must go on. *hs*

Swarovski's New Collection Presentation, or NCP for short, is a highlight on the Austrian jewelry maker's calendar. It's imperative that nothing would derail an event as important as this to the firm. But things unseen and unforeseen can put paid to even the best-laid plans.

Swarovski's headquarters at Männedorf on the Lake Zurich shore is a futuristic vision of airy architecture with lots of glass. A stunning location, every year it hosts an exclusive presentation of the company's new collection. Jewelry, watches, home accessories and figurines put a lovely finishing touch on all things beautiful. It's a semi-annual pilgrimage for managers from around the world who are keen to see what's new. This is a brand whose natural habitat extends to the rarified world of entertainment, and this three-day showcase offered a slice of show business at its best.

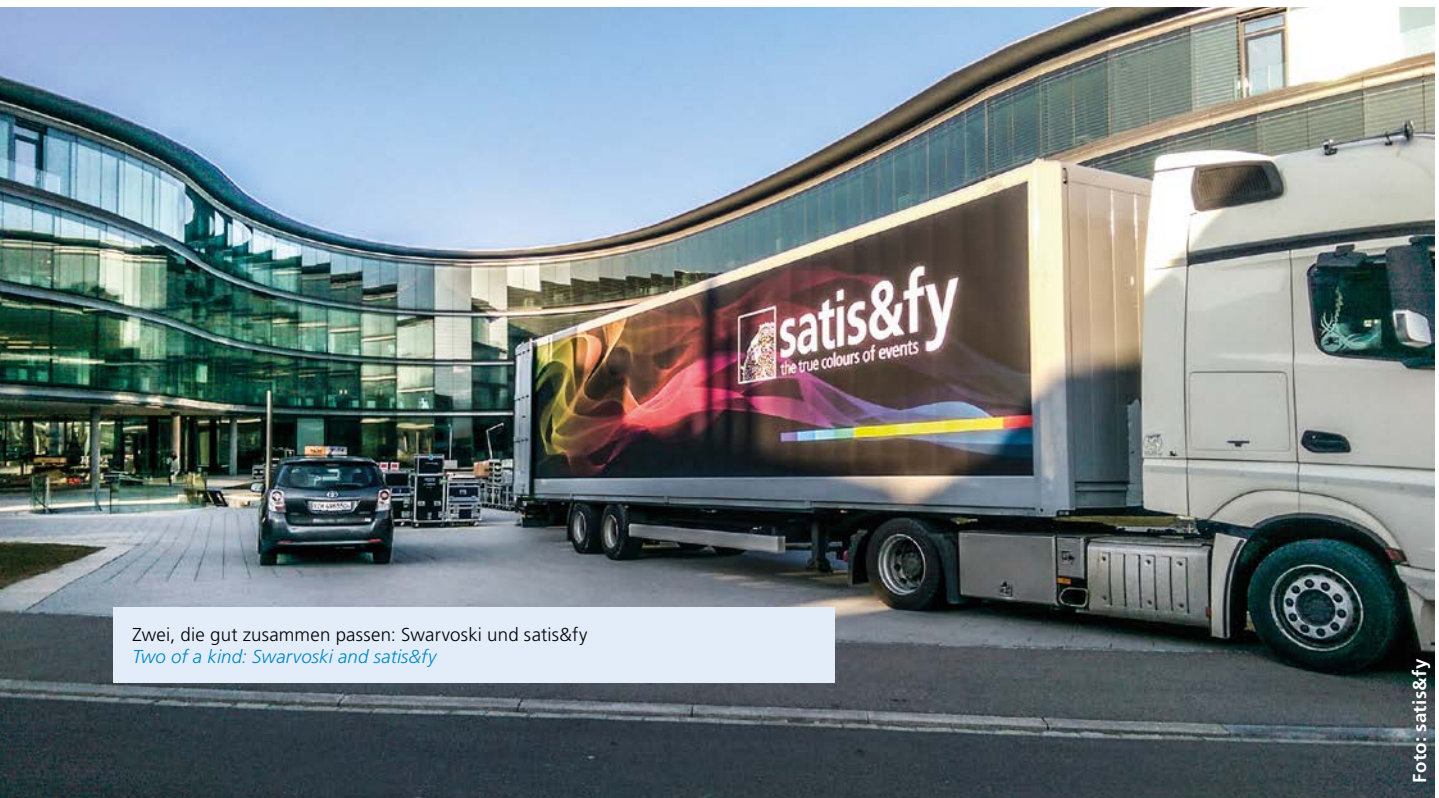


Foto: satis&fy

Zwei, die gut zusammen passen: Swarvoski und satis&fy
Two of a kind: Swarvoski and satis&fy

TICKER *Corporate Events*

Während der Auftakttagungen 2015 der Allianz VG NO in sechs nordöstlichen Bundesländern schauten die Geschäftsstellen zurück und verliehen Preise für Geleistetes. Die Versicherung für ein verlässlich arbeitendes Event-Set (Ton, Licht, Video, Aufbauten) lieferten unsere satis&fy-Kollegen. +++ Monumentale LED-Installation während der Hausmesse von DeckelMaho in Pfronten! Der Leinwandriese (18m x 4m) erstrahlte durch 160 verlinkte Module des Typs LEDitGo SB 3 (Spezialrechner mit vvvv-System). Extreme Zuverlässigkeit gepaart mit hoher Auflösung – großes Kino!

Allianz VG NO branches reviewed and rewarded past performance at their 2015 kickoff conferences in six northeastern German states. And satis&fy staffers reinsured the insurance company's get-togethers with a reliable set of AV gear, lighting and furnishings. +++ A monumental LED installation graced DeckelMaho's open house in Pfronten. The giant screen (18 m x 4 m) featured 160 linked LEDitGo SB 3 modules driven by a special computer running the vvvv system. Extraordinary reliability plus high-definition images equals a winning combination in moving pictures.

The third such outing for satis&fy, it was one of those exercises in creativity where ideas, wishes and solutions are swatted back and forth like tennis balls until everyone walks away satisfied. Our crew designed the stage, rehearsed with the presenters, and decked out the rooms where workshops were held. Lighting, AV and camera equipment were selected to furnish a lean, stylish platform on which the creations unveiled in presentations and workshops could shine. Although elegance was the word, this show wasn't short on eye-catchers–witness the whopping split-screen wall featuring a 3x3 set of modules. Even so, the idea was for the message, visuals and videos rather than the medium to get all the attention, so the crew rolled out a rig in plain black and slim stainless steel. The creative workshops were held in settings that captured the vibe of a TV studio and a showroom. And whenever an event is all about jewelry and glamour, a fashion show has to figure prominently.

The story could end there. Everything was neatly planned out, apart from the usual impromptu changes. That's nothing that would rearrange the insides of seasoned pros, but the nasty little virus that floored seven of our crew certainly was. What to do? Take a deep breath, recruit emergency replacements from all available satis&fy staff, and fly them in pronto. Then put in a few night shifts, whistle as if it's all in a day's work, and wrap up the preparations on schedule. That may cause blood pressure to spike, but it also invites a lot of backslapping and smiles all around. Swarovski's glamorous showcase sparkled, outshining even the shimmer of Lake Zurich's crystal waters. The show did indeed go on.
hs/tg

Dresscode: Kunst!

Fashion Week Berlin: Mediale Inszenierungen auf der Panorama

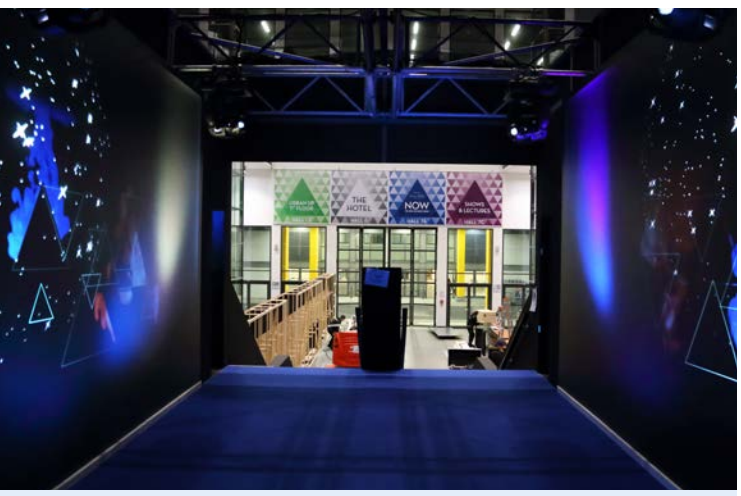
Art & Fashion: A Winning Combination

Panorama Media Installation at the Berlin Fashion Week



Zutritt in eine andere Welt: „Lichtjahre“ von prjktr [projektor.berlin]
A gateway to another world: ‘Light Years’ by prjktr

Fotos: ©Max Kullmann – prjktr 2015



Interpretation des Messelogos als Galaxie
A galaxy shaped like the fair’s logo

Kunst ist heute zum Modediktat geworden. Wo früher Fashion als Hipness-Faktor bei Events schlechthin galt, zieht heute eher die Kunst an. Den richtigen Style muss sie natürlich haben, in der richtigen Kollektion und überdimensional sein, um Aufmerksamkeit zu generieren, ein bisschen schräg und extravagant daherkommen und zudem alle Sinne ansprechen. Die Modemesse Panorama verband dies im Rahmen der Fashion Week zu einer einzigartigen Erfahrung.

Die Messe öffnete also ihre Tore im Herzen Berlins – auf dem Messegelände ICC. Die ExpoCenter City bot neben der zentralen Lage auch weit mehr Platz als der alte Standort, wartete aber atmosphärisch mit den für Messehallen so typisch leblos-tristen Hallenübergängen auf. Die Panorama scheute keine Kosten und Mühen, diese umzugestalten und ließ kurzerhand die sechs Messehallenübergänge und den Eingangsbereich mit visuellen Tunnel-Inszenierungen ausstatten, die während des Messebetriebs durchgehend bespielt wurden. „Wir wollten dem Einzelhandel neue Möglichkeiten der Inszenierung präsentieren, vorführen wie Verkaufsflächen animiert und wie Eyecatcher geschaffen werden können“, erklärt Panorama Projektleiter Jens Rüberg, der als Dozent im Master-Studiengang „Bühnenbild und szenischer Raum“ auch an der TU Berlin lehrt. Mit Hilfe zweier beeindruckender Künstlerkollektive und der technischen Umsetzung von satis&fy konnte dieser Gedanke verwirklicht werden. Zu hundert Prozent. satis&fy Projektleiter Jürgen Mertens und sein Team setzten in fünf Tagen Aufbauzeit zwei unterschiedliche Konzepte um – mit über 84 geflogenen, per Watchout auf Wänden und Boden ausgespielten Projektoren und 8-Kanal-Beschallung. Den Content lieferten prjktr für den Eingangsbereich und die Tamschick Media+Space GmbH für die anderen sechs, jeweils 35m langen und 5m hohen Räume. Tamschick, die mit ihren aufwendigen medialen Bespielungen stets dreidimensionale, erfahrbare, ganzheitliche Raumerlebnisse komponieren, schufen – mit einem Sounddesign von Kling Klang Klong – sechs thematisch unterschiedliche Visualisierungen, zum Beispiel „Space-Time Journey“ (surreale Wüstenlandschaften, die raumhoch an den Besuchern vorbeizogen), „Body Timelapse“ (Figuren, die vor schwarzem Hintergrund aufeinander zu tanzten und sich in visuellen Lichtspuren auflösten) oder „Crystal Kaleidoscope“ (die Besucher fanden sich in einem funkelnden, glitzernden Schatzkästchen wieder). prjktr, die sich ebenfalls auf visionäre, ganzheitliche Raumkonzepte mittels Licht und Projektion spezialisiert haben, bespielten die Zugangsbrücke zur Panorama mit einer Interpretation des Messelogos als Galaxie im Aquarium. Die Inszenierung ließ den Besucher erfahren, wie aus den wenigen Metern auf ihrem Weg durch den Tunnel „Lichtjahre“ (Titel der Installation) wurden: Sie tauchten in ferne Sternenformationen aus glitzernden Punkten und Farbwolken gepaart mit tanzenden Dreiecken im Schwarz der Unendlichkeit ein. Diese sinnliche Erfahrung übertrugen sie unmittelbar per Smartphone ins Netz, in die Welt der Stars und Sternchen der Fashion-Blogs – eine metamediale Inszenierung. Die Universen, die manchmal zwischen Kunst und Kommerz liegen, wurden hier geschickt verbunden. Der erste Eindruck zählt eben! *fk*

These days it seems art trumps the dictates of fashion. Hipsters may have once been drawn to the bright lights of couture, but now the main attraction is art. Of course, it has to be suitably stylish, a proper collection presented in an oversized showcase, to get its due attention. And a touch of the bizarre, a little extravagance and a concerted appeal to all the senses won’t hurt the cause either. The Panorama fashion fair at Berlin’s Fashion Week was all this and more. Previously held in the halls of BER airport at Schönefeld, the opening of which has again been pushed back at least to 2017, the January event was the second showing at the ICC exhibition grounds in downtown Berlin. The Expo Center City is more than merely a convenient location; it also offers far more space than the old venue.

On the downside, the corridors between six exhibition halls are as nondescript as they come. The Panorama promoters spared neither expense nor effort to beautify these walkways and the entranceway with captivating images of tunnels projected for the duration of fair. “We wanted to present new showcasing options to retailers and demonstrate how to animate sales floors and create eye-catchers,” says Panorama project manager Jens Rüberg, a lecturer at Berlin’s Technical University who gives classes for a master’s program entitled Set and Scenic Spaces. He certainly achieved his goals with the help of two illustrious artist collectives and satis&fy’s technical support.

satis&fy project manager Jürgen Mertens and his team set up two different installations in five days using more than 84 Watchout-controlled, flown projectors that threw imagines onto walls and floors. An eight-channel system provided sound reinforcement. prjktr furnished the images for the entrance area and Tamschick Media+Space GmbH for the other six rooms, each 35 m long with 5 m ceilings.

Tamschick composes elaborate multimedia shows designed to treat visitors to a holistic, 3D spatial experience. Kling Klang Klong’s sound designers furnished the audio for six themes Tamschick had created. ‘Space-Time Journey’ featured surreal, floor-to-ceiling desert vistas that glided past visitors. In ‘Body Timelapse,’ figures danced towards one another, dissolving in trails of light against a backdrop of Stygian badlands. ‘Crystal Kaleidoscope’ enveloped visitors in a glittering treasure chest. prjktr also specializes in conjuring holistic virtual spaces–the stuff of visions, if you will–using lighting and projections in intriguing combinations. In this case, the firm projected its interpretation of the fair’s logo–a galaxy in an aquarium–onto the bridge that brings visitors to the Panorama show. The imagery suggested that distance is in the eye of the beholder, be it meters or ‘Light Years,’ an apt name for this installation.

Visitors’ captured images and videos of distant constellations with sparkling points of light, multihued clouds and dancing triangles on a pitch black backdrop on their cell phones, perhaps to share their impressions of this meta-media production with the terrestrial stars and starlets that frequent fashion blogs. The disparate universes of art and merchandising overlapped at this momentary wrinkle in the space-time continuum. fk/tg

JOB-FOCUS *Event Architecture*

Ist Berlin eine Fashion-Metropole? Kann die Stadt mit London, Paris oder New York mithalten? Insider mögen unterschiedlich argumentieren. Fakt ist, dass seit 2007 zweimal jährlich tausende Modeinteressierte, Einkäufer, Fachbesucher und Medienvertreter aus aller Welt zur Fashion Week strömen. Highlights der diesjährigen Ausgabe vom 19. bis 23. Januar waren neben den Hauptschauen im Mercedes-Benz-Zelt wieder die Modemessen „Premium Exhibitions“ in der Station Berlin und „Panorama Berlin“ im ExpoCenter City. Dieser neue Standort auf dem Messegelände löste den alten am Skandalflughafen BER in Schönefeld ab. Der Übergang zu einem größeren und zentraleren Event als in den Vorjahren war zweifelsohne gelungen.

Is Berlin a hotbed of fashion? Can it compete with London, Paris or New York? Naysayers may scoff, but the fact is that thousands of fashion enthusiasts, buyers, industry insiders and journalists from around the world have been flocking to the Berlin Fashion Week twice a year since 2007. Highlights of this year’s show held from January 19 to 23, 2015, included the main events in the Mercedes-Benz tent, the Premium Exhibitions fashion fairs staged at Station Berlin, and the Panorama Berlin show in the ExpoCenter City. This new location on the fairgrounds replaced the scandal-ridden Berlin airport in Schönefeld, and the transition to a larger, more central venue was a rousing success.

TICKER *Event Architecture*

Die 28. Finanzplatz-Gala in Frankfurt am Main: Im Auftrag der Maleki Group unterstützte satis&fy mit Hilfe von Technik, Ton, Licht und Deko den guten Zweck. Ein technisches Highlight: Die Leuchtschrift-Bühnen-Stufen (LED-Panels).

FFM’s 28th Finanzplatz Gala: satis&fy deployed AV, lighting and set assets to support a good cause on behalf of the Maleki Group. The stage stairs, lit up in LED panels’ fluorescent lettering, were among the technical highlights.



Der Eingangsbereich als Gesamtkunstwerk
The entrance, a Gesamtkunstwerk in its own right

Licht- und Spezialeffekte von CUE Design; Equipment und Bühne von sati&fy
Lighting and special FX courtesy of CUE design; equipment and staging from satis&fy



Fotos: Carsten Klick

25 Jahre von sechs Seiten

satis&fy gratuliert den Fanta4 zur Silberhochzeit

25 Years on Six Sides

Congratulations on Fanta4's Silver Jubilee from satis&fy

Es geschah in einem ehemaligen Kindergarten in Stuttgart-Wangen: Vier Jungs brachten eine ziemlich unübliche Musikmischung auf die selbstgestapelten Europaletten, die als Bühne dienten. Über die weitere technische Ausstattung der Show breiten wir besser den Mantel des Schweigens. Ziemlich genau 25 Jahre ist das nun her; und die Jungs sind inzwischen gestandene Familienväter. Ihre Musikrichtung, der deutsche Hip-Hop, ist nicht mehr ungewöhnlich, sondern das, was Millionen Fans immer noch und immer wieder hören wollen. Und ihre Ansprüche an die technische Ausstattung der Gigs sind groß – zumal, wenn es sich um eine Jubiläumstour handelt. Für die „Rekord"-Tour durfte das seit vielen Jahren bewährte Team aus satis&fy und CUE Design ran. Beide sind wir mit Fanta4 vertraut, die Band probt in den satis&fy Proberäumen in Werne und wir haben schon viele Touren gemeinsam auf und über die Bühne gebracht.

Zur Silberhochzeit sollte es natürlich schon was Besonderes sein. Die Standorte Werne (Licht, Ton, Rigging, Bühne) und Karben (AV-Regie, Kameras, LED) arbeiteten zusammen daran, dass es eine fette Sache werden würde (wie der 90er-Jahre Hip-Hopper sagen würde). Den fettesten Beitrag – im wahrsten Sinne des Wortes – lieferte Gunther Hecker von CUE Design mit einem LED-Videowürfel: 4 Tonnen wog das gute Stück, das eine Kantenlänge von 4 Metern hatte. Nichts, was man mal so eben in ein Hallendach hängt. Der Brocken wurde dort zusammengebaut, wo er auch später hängen sollte, direkt im Bühnenbereich. Das bedeutet, dass man nicht zeitgleich dort die Bühne aufbauen konnte. Also: Bühne in der Hallenmitte aufbauen, Würfel zusammenbauen und hängen, Bühne drunter schieben. Ein Aufwand, der sich lohnte: Video-Content auf sechs Seiten zugleich erzeugt eine immense Wirkung. Die Rückwand der Bühne wurde bereits bei den Festivals im vergangenen Sommer eingesetzt und verstärkt diese Wirkung noch: Eine Fläche aus über 200m² mit Goldfolie bespannten Platten reflektierte nicht nur das Licht effektvoll, sondern spiegelte auch den nach hinten ausgestrahlten Video-Content zurück – für eine Hammer-Jubiläumsshow mit ziemlich viel coolem Augenfutter.

Das Gewicht des Würfels ist zweifellos nicht überall möglich, nur die ganz großen und modernen Hallen lassen das zu. Für die kommenden Open-Air-Bühnen und Hallen, die bei 4 Tonnen passen müssen, gibt es eine abgespeckte Version von vergleichsweise fluffigen 1,5 Tonnen. Aus dem Würfel wird dann eine zweiseitige Videowand, die immer noch die raffinierten Reflektionen bietet. In Stuttgart aber, der Heimat der Fanta4, durfte die Ausgestaltung so prall sein, wie es sich für eine Jubiläumstour gehört. Dreimal hintereinander bespielte die Band die Hanns-Martin-Schleyer Halle – vor insgesamt 46.500 Besuchern. Hier wurde auch eine DVD-Aufzeichnung und eine Live-Übertragung in Ultra HD für Sky Deutschland gemacht (mit zusätzlichem Lichteinsatz, versteht sich). So können sich alle, die nicht vor Ort waren, davon überzeugen, wie fett deutscher Hip-Hop immer noch sein kann. Auch optisch. *hs*



Seit 25 Jahren hohe Ansprüche an die technische Ausstattung
25 years of defying technical conventions

(AV direction, cameras and LED imagery) crews joined forces to stage a phat show, to put it in 1990s hip-hop patois. Gunther Hecker of CUE Design certainly contributed a whale of a set piece, a four-ton LED video cube spanning four meters a side. It's no mean feat to fly a monster screen of that size. This leviathan was assembled right there where it would later be hoisted to the venue's ceiling. Alas, this was also where the stage was to go. Even satis&fy can't defy the laws of physics, so a huge LED cube and a sizable stage can't be set up in the same place at the same time without catastrophic consequences such as black holes, space-time distortion, dark matter explosions and other bad things happening. So the crew erected the stage in the middle of the hall, assembled the cube in place, and slid the stage in below the flown screen. The effort was worth it. The video images shown simultaneously on six sides wowed the crowds. The stage's backdrop, which had been field-tested at last summer's festivals, enhanced the effect. Some 200 square meters of panels covered in gold foil reflected both the lights and the cube's video sequences, serving up the kind of eye-candy worthy of an anniversary show.

The cube is too heavy for many venues; only very large, modern arenas can handle that kind of load. A stripped-down 'feather-weight' version weighing just 1.5 tons was built for upcoming gigs on open-air stages and in halls where four tons just won't fly. The streamlined variant is a double-faced video screen that's just as wondrously reflective as the cube. But in Fanta4's native Stuttgart, the lads pulled out all the stops for their anniversary three-night residency in the Hanns-Martin-Schleyer Halle attended by 46,500 people. The shows were captured on DVD and broadcast live in HD Ultra for Sky Germany (with additional lighting, of course), so those who couldn't make it there could still see how phat German hip-hop and stunning visuals á la satis&fy can be. hs/tg

TICKER *Live Entertainment*

Lui Helmig live am Fader. Das ist vorbei! Der satis&fy-Lichtdesigner agierte für den vorweihnachtlichen Auftritt der Donots in der Halle Münsterland das letzte Mal als Licht-Operator. Als Projektleiter wird uns Lui zum Glück erhalten bleiben. +++ Adventliches Abtanzen auch beim SEMF (Stuttgart Electronic Music Festival). Auf vier Dance-Floors ließ satis&fy 600 Lampen (u.a. 250 Movinglights) tanzen. Vier Systeme (von L-ACOUSTICS, D&B, Nexo) lieferten den Ton! +++ Pünktlich ab März mit Jan Delay und Band auf Tour. Im März ging´s mit Band und satis&fy (Licht, Ton, Video, Rigging, Deko) auf die Piste.

The days of Lui Helmig manning faders at shows are over. s&f's lighting designer operated the lights for the last time at a pre-Xmas Donots gig in Münsterland arena. Fortunately, Lui will be staying on board as project manager. +++ Die-hard dancers boogied the night away at the Stuttgart Electronic Music Festival's advent season bash. satis&fy lit up four dance floors with 600 lamps (including 250 moving lights) and rocked the rooms with four systems (L-ACOUSTICS, D&B, Nexo). +++ In March, the satis&fy team hit the road with Jan Delay and his band, lighting, sound, video, rigging, and set pieces in tow.

It all goes back to the day four boys presented a rather eclectic mix of music on euro pallets they had stacked to build a stage at a defunct kindergarten in Stuttgart-Wangen. Although posterity has every right to ask about humble beginnings, the less said about the remainder of equipment at this 'gig,' the better. A quarter of century has since passed and those boys are now full-grown and fathers in their own right. No longer exotic, their musical genre has gone mainstream. German hip-hop is on steady rotation on millions of fans' playlists. The other fab four's expectations of gigging equipment have also grown a tad more discriminating. For their celebratory 'Rekord' anniversary tour, the combo called on the trusted support of satis&fy and CUE Design. Both companies have served Fanta4 well, staging many such jaunts over the years. The hip-hop act also hones its chops at satis&fy's rehearsal studios in Werne.

Of course, the silver jubilee set would have to be something special. The Werne (lighting, sound, rigging and staging) and Karben



Jordan Brand. Eine Marke stellt sich vor.
The Jordan brand showcase

Fotos: Dorothy Hong

Jordan Brand feiert 30 Jahre beim NBA All-Star Weekend

Die Sache mit den Säulen

Jordan Brand Celebrates Its 30th Year at the NBA All-Star Weekend

About Those Pillars...

JOB-FOCUS *Event Architecture*

30 Jahre Jordan Brand – dass sich Nike dazu etwas ganz Besonderes einfallen lassen würde, war klar. Den Rahmen bildete das alljährliche NBA All-Star Weekend, das diesmal in New York im Stadtteil Manhattan stattfand. Neben Consumer Experience Areas, aufwendigen Artefakt-Displays und hochauflösend bebilderten Timelines präsentierte die Basketball-Schuhmarke diesmal einen „immersive halfcourt", auf dem Fans im wahrsten Sinne in die Fußstapfen von Michael Jordan treten können. Event-Architektur vom Feinsten, hochwertige Materialien und großes handwerkliches Können waren gefragt – und damit die Spezialisten von satis&fy LLC, die neuerdings nebenan in Brooklyn eine Repräsentanz haben.

Nike would never have let the Jordan brand's 30th anniversary go uncelebrated, and especially not with the NBA's annual All-Star Weekend in the New York City borough of Manhattan to provide the perfect setting for a b-ball shoe extravaganza. All that was needed was a stunning showcase featuring consumer experience areas, intriguing exhibits, timelines illustrated with high-definition imagery, and an immersive half-court where fans could follow in Michael Jordan's footsteps. As luck would have it, top-notch event architecture, premium-quality materials and superior craftsmanship were to be had practically next door in Brooklyn, where satis&fy LLC had just set up camp.

Marken haben ihre Säulen, größere Räume manchmal auch. Bei diesem Projekt kamen einige Säulen zusammen: Für Nike ist Jordan Brand eine wichtige Säule, und der Penn Pavilion im Pennsylvania Hotel, der komplett für Jordan Brand umgestaltet und in Pearl Pavilion umbenannt wurde, hat auch Säulen. Sehr lästige sogar.

Wie präsentiert man anschaulich und fan-tauglich die 30-jährige Geschichte einer Marke wie Jordan Brand? Im Rahmen des NBA All-Star Weekend in New York? Nicht schlecht. Dazu Memorabilien vom großen Meister, Sneaker von *His Airness*? Sehr gut. Fehlt nur noch ein wirklich atemberaubendes Highlight …

Unsere Auftraggeber hatten die Idee von einem futuristischen Halfcourt, in dem Fans zwei der berühmtesten Shots der Spielerlegende nachspielen können. Boden und Wände bestehen aus LED-Panels und werden mit 4K-Content bespielt, der sehr real die unvergessenen Spielsituationen inklusive zeitgemäß gestyltem Publikum nachvollzieht. Die Laufwege werden auf dem Boden angezeigt, echte Spieler machen die Assists – oder blocken. Das Publikum reagiert unterschiedlich, je nachdem, ob man als MJ-Avatar punktet oder nicht. Zur Veranschaulichung ein Demo-Video:
https://youtu.be/MMBFato04FY

Und an welcher Stelle kommt satis&fy ins Spiel? Bei jenem berühmt-berüchtigten Gebäude gegenüber vom Madison Square Garden, das auf mehreren Ebenen den derzeitigen Pearl Pavilion beherbergt. Die Event-Location stammt aus den 80ern, entsprechend sah unser Leistungspaket aus:

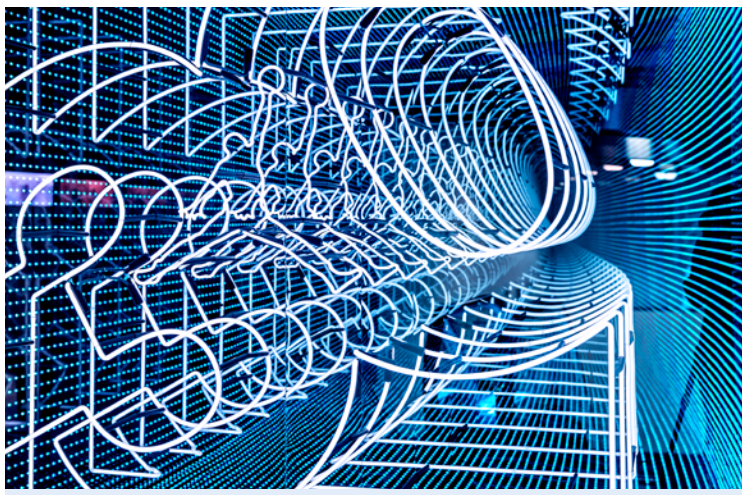
Wir waren – nicht zum ersten Mal – die „overall production company" mit Arbeitsfeldern wie Renovieren, Streichen, Aufräumen, Reinigen usw., außerdem Arbeitsmittel- (schweres Gerät wie Gabelstapler und Hebebühnen) und Arbeitskräfte-Bereitsteller für die anderen zehn Dienstleister vor Ort. Wir waren also auch eine Säule bei diesem Millionen-Dollar-Projekt. Eine tragende sogar.

Vor allem war satis&fy, LLC für den gesamten Ausbau der VA-Räume zuständig: Event-Architektur, Licht, Ton, Video. Wir haben ordentlich Material hineingepumpt: Allein für das „human video game", dessen von AKQA und Stardust entwickelte Grafikprojektionen und Spielshows per Watchout gesteuert werden, haben wir 340 Floorpanels 8mm LED (= 1.066.240 Pixel) und 560 Wallpanels 3,9mm Pixel Pitch (= 9.175.040 Pixel), also insgesamt satte 10 Millionen Pixel, installiert.

Profilieren konnten wir uns auch mit Sonderbaulösungen auf höchstem Niveau und in handwerklicher Spitzenqualität. Da wäre zunächst das Infinity Display, unser ganzer Stolz, bestehend aus 2.200 LEDs in PMS Color Match und einem zweiseitigen Spiegel (1,5m x 1,5m), dann die spacigen Jordan History Suitcases, 30 Koffer im Museum-Gallery-Style, von der Decke abgehängt und voll mit Michael-Jordan-Artefakten, die hinteren mit goldenem Infinity-Spiegel, dazu diverse Sondermöbel für Registrierung und DJ-Booth, hochauflösende, hochwertige Großformat-Fotoprints für die „Hallway of Greatness" und, und, und … Alle Sonderbauten haben wir effektvoll mit LEDs „gepimpt" – ein neues Feld, das wir in-house auch für andere Projekte anbieten.

Mit ganz anderen Säulen hatte unser Deko-Team bei der Anbringung von gefühlt kilometerlangen Wandabdeckungen in Form von Nesselstoff, Molton und Schwarzfolien zu kämpfen: Immer war irgendwo eine im Weg und damit ganz eigenes handwerkliches Können gefragt.

War sonst noch was? Ach ja, ganz nebenbei haben wir im selben Zeitraum parallel fünf weitere Produktionen in New York durchgezogen. Wie das geht? Nur mit einem Team handwerklich begabter, ausdauernder Tüftler und Bastler. *wk*



Kunst am Bau: das eigens von uns kreierte Infinity-Display
Art in the making: Our custom-built Infinity display

What do Nike and the Pennsylvania Hotel's Penn Pavilion have in common? Pillars. The Jordan brand underpins the company's business; mighty columns prop up this large venue's ceiling. Both are impressive, but the venue's pillars got in the way when the venue was revamped and renamed Pearl Pavilion to showcase the brand that buttresses Nike's bottom line.

The Jordan brand's 30-year history could have been presented to fans on many occasions, but surely none as fitting as New York's NBA All-Star Weekend. It's a magnet for people who would also be drawn to memorabilia from the master of gravity defiance, sneakers owned by His Airness himself, and another truly awe-inspiring attraction.

Our client envisioned a futuristic half-court where fans could reenact two of the master's most famous shots. The vision was put into practice with a floor and walls made of LED panels conjuring remarkably realistic 4K images of unforgettable plays and audiences in period costume. The player's moves were mapped out on the floor while flesh-and-blood b-ballers made assists or blocked shots. The audience responded differently depending on whether one's MJ avatar scores. To see a demo video, go to https://youtu.be/MMBFato04FY.

satis&fy got in on the action when the venue–that infamous building across the street from Madison Square Garden that currently houses the multilevel Pearl Pavilion–was chosen. Its most recent incarnation as an event location dates back to the '80s, so our service package had to be rather extensive.

This wasn't the first time we were tasked to serve as the overall production company, which is shorthand for 'You do the renovation, painting, tidying, cleaning, and the like.' We also brought in heavy equipment such as forklifts and hoisting platforms, and furnished people-power to support the other ten local service providers. It could be said that we were this million-dollar project's main pillar. satis&fy LLC was responsible for everything installed at the venue, from event architecture to lighting, sound and video gear. We moved a mountain of material for the human video game developed by AKQA and Stardust, hauling in 340 8-mm LED floor panels and 560 3.9-mm Pixel Pitch wall panels providing 1,066,240 and 9,175,040 pixels, respectively, for a whopping total of 10 megapixels to display the game's WATCHOUT-controlled graphical projections.

The quality of craftsmanship that went into our custom designs merits special mention. Our pride and joy is the infinity display consisting of 2,200 PMS Color Match LEDs and a double-sided 1.5 x 1.5 m mirror. The 30 Jordan History Suitcases added a nice touch reminiscent of a museum gallery. Hung from the ceiling and backed with gold infinity mirrors, they held artifacts that tell the Michael Jordan story. Our crew also crafted a bespoke registration desk and DJ booth, and decked out the Hallway of Greatness with high-definition, large-format photo prints. All custom builds were pimped out with an impressive array of LEDs, a new in-house service that we also offer for other projects.

Some pillars are evidently less lovable. Our team of decorators certainly wasn't thrilled with the venue's many obstructive columns. It took some wily workarounds to put up what surely had to be miles of muslin, hush cloth and black foil wall coverings.

And as if all that wasn't enough of a challenge, the crew managed to juggle five other NY productions, all at the same time. How is that even possible? Only with a team of talented techies who always rise to the occasion when crunch time comes. wk/tg

Vorteilhaft für alle Mitarbeiter: Hersteller-Schulungen am eigenen Standort
Baffles women, but bonds men: boys and their toys. Here's a crew caught in the act of crane-watching.



Fotos: satis&fy

Abenteuer Technik

Die perfekte Beschaffung – eine der Königsdisziplinen

The Secret to Staging Ace Events

Not Magic, but Magical: Procurement, Practiced to Perfection

Sie sind die absoluten Experten auf ihrem Gebiet: Martin Ramrath (Ton), Francesco Elsing (Video/AV) und Martin Heuser (Licht/Rigging). Drei kreative Köpfe, drei Visionäre, drei wichtige Impulsgeber. Die satis&fy-Bereichsleiter denken Konzepte, die so noch nie da waren, sehen noch Land, wo andere längst resigniert haben. Eine ihrer wichtigsten Disziplinen ist deshalb die Beschaffung von Material und Gerät. Die immer wieder neu gestellte Frage lautet dabei: Kaufen, mieten oder selbst bauen? Aber welche Kriterien beeinflussen die Entscheidung für ein Fabrikat? Ist da etwa auch Magie mit im Spiel?

Heuser: „Keine Magie. Wir setzen uns einfach umfangreich mit den Produkten auseinander, bevor und während wir sie kaufen und einsetzen." Dazu gehören technische Messreihen und intensive Beurteilungen ebenso wie Kalkulationen, es geht um Effizienz, Anschaffungs-, Entwicklungs-, Lager- und Servicekosten, um Amortisationsquoten und Gewinnmargen. Controller und Techniker arbeiten dabei Hand in Hand. Francesco: „Wichtige Informationen beschaffen wir uns zudem auf Messebesuchen, in Kollegen- und Lieferantengesprächen oder aus dem Internet."

Klar, es geht schließlich um die Zufriedenheit des Kunden, um die planerische, organisatorische Sicherheit aller Beteiligten, auch um viel Geld. Unzählige Produkteigenschaften werden mitgedacht: Flexibilität, Größe, Gewicht, Leistungsniveau, Stromverbrauch (LED), nachhaltiger Lebenszyklus und, und, und.

Aber vor allem eine Beschaffungsmethode hat sich im Laufe der Zeit als besonders effektiv erwiesen: die lebendige Kooperation mit den Herstellern. „Wir sind mittlerweile bei vielen Geräten fast vom Beginn der Entwicklung an bis zur Marktreife dabei", verrät Martin Ramrath. Gegenseitige Erwartungen, Erfahrungen und Ressourcen fließen während der Kooperation in die Entwicklung mit ein. Diskretion steht dabei an oberster Stelle. „Wir bekommen die Prototypen, um sie zu testen, und profitieren beide davon." Mehr Praxistest als durch den Anwender selbst geht halt nicht. Martin: „Das ist ein dauerndes gegenseitiges Geben und Nehmen." Voraussetzung: Freundschaftliche, partnerschaftliche Verhältnisse mit den Herstellern. Aus einer intensiven Zusammenarbeit heraus entstanden bereits Prototypen, die später in Serie gingen.

Der permanente Beschaffungsdruck löst ohnehin viel Eigeninitiative aus. Unter der Ägide des satis&fy-AV-Cracks Francesco Elsing entstehen regelmäßig innovative Produkte. Martin Heuser: „In der Firma sitzen etliche Leute, die großes Erfinder-Potential mitbringen." Heute setzt Ton-Spezialist Martin Ramrath auf drei Hauptlieferanten bei Lautsprechern, die nahezu die komplette Bandbreite der Möglichkeiten abdecken: „Aber natürlich gibt es Geräte, die wir nur von Spezialherstellern beziehen können. Wir wollen schließlich alle Wünsche erfüllen, auch ausgefallene!" Die drei satis&fy-Experten streben an, möglichst früh in eine Entscheidungsphase zu treten: Was braucht das Projekt? Was braucht der Kunde? Zum Teil bestimmen dann nur noch Nuancen in Qualität und Funktionalität über den Entschluss. Größere Anschaffungen muss der Finanzvorstand genehmigen. Im Bedarfsfall kauft aber auch das Serviceteam ein, etwa Ersatzteile. In den meisten Fällen entscheidet der Bereichsleiter. Längst setzt satis&fy mit dieser Beschaffungsmethode Impulse auf dem Markt. Neu entwickelte Produkte, die erstmals von satis&fy verbaut werden, erregen nicht selten die Aufmerksamkeit der Konkurrenz. Martin Heusers Erfahrung: „Die Wettbewerber wissen: Wenn wir auf ein bestimmtes Teil setzen, dann stimmt auch dessen Qualität."
mf

Nicht von der Stange: zufriedene Gesichter nach erfolgreicher Kooperation
Who do you call when nothing off-the-rack fits and only something truly special will do? These guys.

Martin Ramrath (Sound), Francesco Elsing (Video/AV) and Martin Heuser (Lighting/Rigging) are true masters of their craft; creative-minded visionaries with the acuity to reinvent events time and time again. The heads of these three satis&fy support units routinely defy conventional wisdom to keep coming up with unprecedented concepts.

Their art is born of a skill set in which material and equipment procurement figures prominently. The first question is usually, buy, rent or build? And if the answer is 'buy,' then why this and not that brand? Sounds like there's some soothsaying going on here.

Martin Heuser begs to differ: "It's not magic. We just look long and hard at products before we buy and use them." Technicians conduct rigorous bench-tests and assessments; accountants crunch the numbers to calculate purchasing, R&D, storage and service costs, while factoring amortization and profit margins into the equation. Then they compare notes to determine the most efficient option. Francesco adds, "We also gather facts at exhibitions, talk to co-workers and suppliers, and do our research on the Internet."

Purchasing is about achieving customer satisfaction and planning wisely to everyone's best benefit. And it's about money, and lots of it. There are so many criteria to consider for each product: versatility, size, weight, performance, power consumption (LEDs), sustainability–the list just goes on and on. One procurement method has proven particularly effective over time, and that is to keep the channels to manufacturers open and the communication flowing. "With some devices, we're in on the action practically from day one to rollout," reveals Martin Ramrath.

The two parties' expectations of one another, their collective experience and resources flow into the collaborative development effort. Discretion is a top priority. "We get to test prototypes to both sides' benefit." And tests don't get any more real than real-world trials conducted by the user. Martin says, "It's a constant give and take." It takes friendly, cooperative relations with vendors to interact at this level. This close collaboration has produced prototypes that were eventually manufactured en masse.

Another side-effect of this procurement pressure is that it prods the company's movers and shakers to take the initiative. They responded by turning up a string of innovative products under the aegis of satis&fy AV virtuoso Francesco Elsing. Martin Heuser says, "Several people in the company are blessed with a gift for invention." Today sound engineer Martin Ramrath relies on three main sources for speakers to cover almost every application, "But there are devices we can obtain only from specialty companies. After all, we want to fulfill every wish, even if it's exotic." The three satis&fy experts fast-track decision-making by first determining what the given project and customer need. Often the decision hinges on subtle differences in the quality and features of top vendors' offerings.

Major purchases have to be approved by the CFO. Sometimes the service team does the shopping, for example, if a spare part is needed. In most cases, though, the head of the support unit makes the call. satis&fy's procurement method is making waves on the market. Newly developed products installed for the first time by satis&fy get a lot of attention from the competition. In Martin Heuser's experience, "Competitors know that if we opt for a piece of gear, then its quality is good to go."
mf/tg



Fotos: Michael Freund

Auf Achse!
Zwei satis&fy-Trucker berichten
On the Road Again
Two satis&fy Truckers' Highway Tale

Trucker mit Leib und Seele: Micha und Mike
Truckers through and through: Micha and Mike

Plötzlich waren mitten in der Nacht auf dem einsamen Rastplatz Geräusche aus dem Trailer zu hören: „Da ist mir schon ein wenig mulmig geworden", erinnert sich Michael Kopp. „Ich hab dann einen Kollegen geholt. Der meinte, dass sich Leute reingeschmuggelt hätten – auf die Ladefläche." Die beiden haben es trotzdem gewagt, die Ladeluke zu öffnen. Die Taschenlampen der besorgten LKW-Fahrer beleuchteten müde und verängstigte Gesichter von Flüchtlingen. „Die sind dann ohne jeden Protest ausgestiegen." Die Leute wollten wohl nach England. „Sie hätten wahrscheinlich sowieso keine Chance gehabt, denn in den Häfen gibt es CO_2-Sonden", weiß Michael. Mit Hilfe dieser Technik kann man feststellen, ob sich Menschen in Containern oder Trailern versteckt halten.

Selbst Trucker-Urgestein Michael ist froh, dass es nicht oft zu solchen Zwischenfällen kommt: „So etwas geht einem schon an die Nieren."



LKW-Hund Bobo, Trucker-Herrchen „Kopp"
Trucker Kopp and his shotgun-riding buddy Bobo

Das bestätigt auch Mike Nitschke. Er fährt seit 2010 für satis&fy die LKWs und hat ähnliche Situationen erlebt: „Trotzdem. Es kursieren viele Mythen über das wilde Trucker-Leben, aber der Alltag ist für uns kaum aufregender als andere Jobs." Weiter erklärt Mike ziemlich cool: „Spannend wird es oft erst auf der Produktion." Dazu gehören so alltägliche Herausforderungen wie gewagte Wende-, Lade- und Einparkmanöver, über die der Laie nur ungläubig staunen kann. Oft geht es da um Millimeter. Denn nicht jede Anfahrtszone zu den Locations – beispielsweise in historischen Innenstädten – ist für das Rangieren der riesigen Lkws geschaffen. Andere hätten nach Erlebnissen wie diebstahlbedingt leeren Benzintanks, zerschnittenen Ladeplanen oder dem Feststecken in Sackgassen längst ein Führerhaus-Trauma davongetragen. Nicht so Mike und Michael. Schließlich zeichnet sie eine der vielen für LKW-Lenker überlebenswichtigen Eigenschaften aus: Gelassenheit am Steuer! Klar, Truck fahren ist kein Abenteuerurlaub – im Gegenteil. Es ist eine hochqualifizierte Tätigkeit, die die beiden Vollprofis tagtäglich sorgfältig planen und ausführen. Mike, der gern auch mal in der Deko mit anpackt, hatte schon einige Millionen Trucker-Kilometer auf dem Buckel, als er vor fünf Jahren vom Fahrer bei einer Blumentransportfirma zum Karbener Eventausstatter umsattelte: „Vor allem auch, weil mich das Rock´n´Roll-Geschäft immer interessiert hat." Michael fährt schon seit 20 Jahren für satis&fy. „Früher war ich in der KFZ-Werkstatt meines Vaters oft nur Handlanger", erinnert sich der gelernte Autolackierer, „doch hier werden ich und meine Arbeit respektiert."

Am wohlsten fühlen sich beide Kollegen trotz allem on the road. Mike fährt im Winter zwecks Wärme am liebsten gen Spanien, im Sommer eher Richtung Britische Inseln: „Weil ich so gern Fähre fahre." Und Michaels Glück? Es sitzt neben ihm in der Kabine und heißt Bobo! „Ich habe schnell gespürt, dass mit einem Beifahrer das Leben auf der Straße einfach mehr Spaß macht." Nach dem Tod seiner Hündin haben Michaels Kollegen ihm den kleinen Vierbeiner übers Internet vermittelt. Hund Bobo ist seither auf jedem Trip dabei – meistens auf den Hausstrecken Karben-Werne und Karben-Berlin. Wie wichtig ein umfassendes und absolut verlässliches Logistik-System für eine Firma wie satis&fy ist, beweisen gerade die Fahrer-Einsätze, bei denen es nicht nur um Millimeter, sondern auch um Minuten geht. „Einmal musste ich innerhalb von zehn Stunden ein Display nach Barcelona bringen", erinnert sich Mike: „Da steigt man in den Crafter und gibt alles, damit die Jungs und Mädels auf der Produktion den Kundenwunsch erfüllen können." *mf*

It was the middle of the night on a lonely lay-by when the silence is suddenly shattered by a noise inside the trailer. "I have to admit, I was alarmed," recalls Michael Kopp. "I went and got a colleague. He said that some stowaways must have snuck on board." Despite their trepidations, the duo dared to open the hatch. The glare of the truck drivers' flashlights was reflected in the fear-filled eyes of weary refugees. "They climbed out without putting up any resistance." The stowaways probably wanted to get to England. "They wouldn't have stood much of a chance anyway because CO_2 probes are used at the ports," says Michael. It's a way of detecting people hiding in containers or trailers.

Veteran trucker Michael has seen a lot while out on the road, but he's happy that incidents like this are rare: "It's pretty upsetting." Mike Nitschke seconds that notion. A satis&fy truck driver since 2010, he says, "Even if there are a lot of myths circulating about the wild trucker life, our everyday routine isn't much more exciting than other jobs. Often, the action doesn't start until the production gets underway," says Mike, a trucker as cool as they come. This action includes garden-variety challenges such audacious turning, loading and parking maneuvers that boggle the minds of uninitiated observers. Clearances are often measured in millimeters. Not every approach is made for maneuvering huge trucks; especially not in cities with a medieval heritage.

Where others would have climbed out of the cab long ago traumatized by siphoned tanks, slashed tarps and dead-ends with no room to turn, there's nowhere Mike and Michael would rather be than right there where the rubber meets the road. They've got the long-hauler's nerves of steel that keep them calm behind the wheel. Rolling down highways for a living is not some romantic adventure for urban cowboys. It's a tough job that demands training and considerable skills. And it requires painstaking planning and flawless execution. Mike had already logged several million miles on the road when he left a flower trucking company to join the Karben-based event service provider: "I'd always been drawn to that rock 'n' roll business." Michael has been hauling satis&fy gear for 20 years. As he recalls, "Often I was just a gofer." He had earned certifications as a car body painter, "But when I started here I found that my work and I were respected."

Even so, both truckers would rather be out on the road. Mike likes to head south in winter to soak up the sun in Spain and over to the British Isles in summertime: "I just like taking the ferry." And Michael's happy to have a trusty sidekick, Bobo, sharing the cab with him. "I soon learned that life on the road is more enjoyable when you have someone riding shotgun." When Michael's old dog died, his coworkers found another little four-legged friend for him via the Internet. Bobo has since been on every trip with him, most of the time shuttling to and fro Karben and Werne and Karben and Berlin. A company like satis&fy can't do without end-to-end, utterly reliable logistics. And the drivers make all the difference when mere millimeters or minutes can make or break a show. "Once I had just ten hours to haul a display to Barcelona," recalls Mike. "So you climb into the Crafter and give it all you got to make sure the guys and gals at the production's venue can satisfy the customer's wishes." mf/tg

FOCUS *Logistic*

Der Logistik Support ist eine der am stärksten wachsenden Abteilungen. Die standortübergreifend aktuell neun Mitarbeiter samt Azubi sorgen dafür, dass das Material von A nach B und zurück kommt. Das Team organisiert die Materiallogistik und betraut die Lageragenda, verwaltet und wartet den Fuhrpark und erstellt Angebote für weltweite Land-, See- und Luftfrachten. Für Veranstaltungen werden die Crew- und Nutzfahrzeuge bereitgestellt und bei Bedarf Import- und Export-Dokumente vorbereitet, von der Sonderfahrtgenehmigung bis zur kompletten Zollabwicklung. Der Fuhrpark besteht aus drei Zugmaschinen, sechs Aufliegern und einem Crafter je Standort. In Berlin steht zusätzlich ein 7,5-Tonner, in Hilversum ein 12-Tonner zur Verfügung. Die Zukunftsvision: ein eigener Flieger!

Logistics is one of our fastest growing support units. Nine employees and apprentices based at the various locations make sure materials get from point A to point B and back. The team handles logistics and warehousing, manages and maintains the fleet, and puts together offers for global freight shipments by land, sea and air. It provides crew and vehicles for events, drafts import and export documents, obtains special haulage permits, and handles all the customs red tape. The fleet features three tractors, six trailers and one Crafter per site. Berlin also has a 7.5-ton truck and Hilversum a 12-ton truck. And the team's dream is to take to the skies with a cargo plane of its own.

INTERVIEW

Zwei Beine sind besser als eins
satis&fy, LLC eröffnet Standort in New York

Rolling Out to the Right Coast
satis&fy, LLC Sets Up Shop in NYC

Als satis&fy 2012 eine Niederlassung in Portland gründete, war dies angesichts der intensiven Zusammenarbeit mit dem dort heimischen Sportartikelhersteller Nike auf dem amerikanischen Kontinent wenig überraschend. Nur kurze Zeit später kommt nun mit der Ostküstenmetropole New York ein weiteres satis&fy Standbein in den USA hinzu. Da fragt man sich doch: Was haben die vor? Steht die Eroberung des gesamten amerikanischen Markts unmittelbar bevor? Oder ist dies auch „nur" eine logische Konsequenz der internationalen Ausrichtung des Event-Dienstleisters? TC hatte Gelegenheit, mit Nancy Schacht zu sprechen, Managing Director des *satis&fy, LLC* Standortes New York City.

satis&fy's decision to set up a branch office in Portland in 2012 hardly came as a surprise given that Oregon happens to be home to global sports brand Nike, which calls on satis&fy's services rather frequently in the Americas. It didn't take long before the production company planted another stateside footprint on the other coast, in New York City. Is satis&fy on a campaign of conquest, the prize being the American market? Or is this move merely a logical consequence of the event service provider's international business opportunities? True Colours had the opportunity to ask Nancy Schacht, Managing Director of the satis&fy NYC branch.



Foto: Thomas Schacht

V.l.n.r.: Christoph Grobe, Nancy Schacht, Ryan Wolf, Tobias Mack
From left to right: Christoph Grobe, Nancy Schacht, Ryan Wolf, Tobias Mack

TC: Nancy, erst West-, dann Ostküste – schon eingelebt in New York?
Nancy: Nach anderthalb Jahren Kleinstadt-Atmo in Portland ist es einfach toll, zurück im Großstadt-Dschungel zu sein. Portland war super schön, die Stadt hat unheimlich viel zu bieten, die Menschen sind überaus freundlich, die Natur ist atemberaubend. Allerdings fand ich New York schon immer sehr anziehend. Immer wenn ich hier zu tun hatte, habe ich mich gleich heimisch gefühlt. New York ist einfach aufregend, lebendig.

TC: Warum ein Standort in NYC?
Nancy: Ähnlich wie in Portland reden wir hier nicht nur von Projekten vor Ort, sondern von einer ganz neuen Serviceperspektive für die gesamte Küstenregion. Da fallen mir sofort Städte wie Chicago, Boston, Miami, Orlando, ja sogar Toronto ein. Alle Projekte in dieser Region haben wir bisher von der Westküste aus betreut. Jetzt bringen wir zusätzlich zu unserem Leistungsspektrum logistische Vorteile mit ins Spiel, vor allem was Timing und Trucking angeht.

Außerdem ist New York Stadt der Events und Modemetropole. Mit dem neuen Standort sind wir am Puls des Geschehens. New York als Innovationszentrum, als Treffpunkt von Kunden und deren Kunden und von Branchenkontakten, möglicherweise auch als Talentschmiede – all das sind wichtige Aspekte für uns.

TC: Warum ausgerechnet Brooklyn?
Nancy: Bei der Suche nach geeigneten Mietflächen haben wir uns schnell auf Brooklyn konzentriert. Hier gibt es noch ausreichend Platz und gute Anbindungen sowohl zu Kunden als auch zu den Event-Locations in Manhattan. Brooklyn ist ein aufstrebender Stadtteil, was das soziale Leben und Networking angeht. Unsere Mitarbeiter können in der „Nähe" des Büros wohnen – das heißt nach hiesigen Vorstellungen, man braucht nur 30 bis 40 Minuten zur Arbeit. Kurz: Brooklyn ist aus unserer Sicht langfristig nachhaltig mit Blick auf alle Einflussfaktoren: Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter. Unser Gebäude mit dem schönen Namen „Whale Square" ist noch so gut wie leer. Es hat sechs Stockwerke mit Loading-Docks und Lagern auf der 0/1-Ebene und Büros darüber.

TC: Muss man nicht Angst haben, dass einem das Material aus dem Lager geklaut wird?
Wir sind im Jahr 2015 und nicht mehr in den 80ern (grins). Sehr zur Verblüffung Vieler sind brennende Autoreifen und öffentlich praktizierte Kriminalität nicht mehr an der Tagesordnung. Sunset Park – wo sich unser Büro befindet – ist eine der beliebtesten Gegenden. Das angrenzende Viertel Park Slope wird sogar als „the place to live" gehandelt. Und es gibt einfach noch genug Platz. Das wird innerhalb der nächsten fünf Jahre sicher anders werden. Wir kommen also zur richtigen Zeit.

TC: War NYC „nur ein Wunschstandort"? Oder gab es echte Gründe?
Nancy: Zum einen ist da das bereits existierende Business: Etwa 50% des amerikanischen Umsatzes wurden im Geschäftsjahr 2014 in New York erwirtschaftet. Ein gutes Beispiel hierfür ist unser Großkunde aus Portland, dessen Events in der Mehrzahl in New York stattfinden. Zum anderen gibt es viele Kontakte zu Kunden der anderen satis&fy

> Als Startup schauen wir, dass wir uns an den New Yorker Markt anpassen – immer mit Blick auf unsere Wurzeln und unser Markenversprechen.

Standorte. Wir möchten unserem Serviceversprechen „One-Stop-Solution" noch besser nachkommen und den Kunden lokal zur Verfügung stehen.

TC: Jetzt mal zum Tagesgeschäft: Habt ihr eigenes Material vor Ort oder arbeitet ihr mit anderen Firmen zusammen?
Nancy: Ausgehend von unseren Erfahrungen planen wir für dieses Jahr bereits mit einem kleinen Materialpool, vor allem Licht, kleine Tonanlagen und Monitore sind gefragt. Bisherige Umsetzungen verlangten manchmal nach fast musealen Licht-Sonderlösungen. Wir haben hier Großkunden mit kleineren Jobs, und wir haben das normale satis&fy Tagesgeschäft wie Messestände und Konferenzen, vor allem für kleinere Unternehmen.

Pop-up-Stores, Einzelhandel usw. brauchen keine große Eventtechnik, sondern eher Spezialanfertigungen und kleine technische Lösungen, wie man sie in der Unterhaltungselektronik findet. Das war auch der Grund, warum wir von Anfang an auf eine eigene Schreinerei gesetzt haben: Fast alles ist immer sehr fein und speziell, also Deko-Sonderbaulösung. So war's jedenfalls bisher.

Natürlich arbeiten wir auch in New York mit unseren AV-Alliance Partnern zusammen, schaffen so in kürzester Zeit die besten Lösungen und können auf diesem Weg die besten Marktpreise garantieren.

TC: Wie viele Leute seid ihr im Moment? Wo kommen die her?
Nancy: Wir starten hier zu viert, überraschenderweise alle aus Portland – ein superjunges Team, deutsch-amerikanisch gemischt, energetisch, mit Liebe zum Detail, professionell und ehrgeizig, gespannt auf alles, was kommt. Und alle smart genug, sich im Großstadtdschungel zurechtzufinden. Außerdem sind wir eng mit dem Team in Portland vernetzt und verschieben Ressourcen und Know-how nach Bedarf. satis&fy, LLC– also PDX und NYC – versteht sich vor allem auf der Projektleiter- bzw. der technischen Leitungsebene als Gesamtteam. Wir sind sehr stark horizontal vernetzt.

TC: Wie sehen die Entwicklungschancen – auch für Mitarbeiter – aus?
Nancy: Als Startup schauen wir, dass wir uns an den New Yorker Markt anpassen – immer mit Blick auf unsere Wurzeln und unser Markenversprechen. Da sind wir natürlich am Anfang auf Hilfe und Input alter satis&fy Hasen angewiesen. Auf der anderen Seite brauchen wir neue Impulse und kulturelles Know-how, um auf dem amerikanischen Markt immer besser zu werden. Projektbezogener Mitarbeiteraustausch kommt da übrigens sehr gelegen: Der erste Azubi-Swop mit Werne findet im Mai statt. Und das filialübergreifende Nike Team hat bereits im Februar ausgeholfen. Gleiches passiert, wie bereits erwähnt, tagtäglich zwischen den Filialen Portland und New York. Wir setzen hier auf die in Portland gewonnenen Erfahrungen, das Know-how, die Strukturen. Video- und Telefonkonferenzen sind an der Tagesordnung.

Das Team bekommt Einblick in viele Facetten des Unternehmens, kann mitgestalten und das Unternehmen weiter voranbringen. Starke Entwicklungschancen sehe ich persönlich bei Sprache und Kultur. Mitarbeiter, die länger hier waren – und da kann ich auch für Portland sprechen –, sind sich einig, dass sie unheimlich viel mitnehmen und die Büroarbeit „overseas" den Horizont erweitert. Zum einen kulturell, zum anderen in Form persönlicher Fortschritte in der englischen Sprache.

TC: Wie laufen die Projekte? Brennt die Hütte schon?
Nancy: Wir sind schon seit Anfang Januar voll ausgelastet, zum Beispiel mit dem NBA All-Star Weekend im Februar – hier hatten wir diverse Projektausführungen für Nike und Jordan Brand. Der nächste Peak kommt mit den Jordan Brand Classics im April.

TC: Wie geht's weiter? Wie soll sich der Standort mittelfristig entwickeln?
Nancy: Wir sehen hier in New York das gleiche Potential wie in Portland und arbeiten strategisch auf den gleichen Erfolg hin. Lager- und Büroflächen sind bereits für dieses Wachstum ausgelegt.

TC: Als du bei satis&fy anfingst, hättest du dir da träumen lassen, einmal in NYC zu landen?
Nancy: Ich bin seit viereinhalb Jahren bei satis&fy. Angefangen habe ich in Berlin, dann Tournee durch alle Filialen. Das Konzept One-Stop-Solution habe ich auch privat gelebt. Bei meinem Umzug nach Portland hatte ich mich auf mindestens fünf Jahre eingestellt, doch wie immer bei satis&fy ändert sich alles und schneller, als man denkt. Meine Sachen für NYC waren dann auch schnell gepackt.

Die Chance New York hat für mich weniger mit Träumerei zu tun. Ich denke, es ist viel mehr das Ergebnis harter Arbeit in einem großartigen Team, welches den Schritt ermöglicht hat. Ich war schon immer sehr zielstrebig und sehe in New York eine großartige Plattform, meine Ideen und meine Energie in den Konzern satis&fy einzubringen. Ich freue mich über die neue Herausforderung und sage: „challenge accepted".

TC: Danke für dieses spannende und aufschlussreiche Gespräch.
wk



Foto: satis&fy

Beeindruckende Ausblicke auch vom Dach des „Whale Square"
Stunning views from the roof of Whale Square

We see the same potential here in New York as in Portland, and we're working strategically to achieve the same success. Our storage and office space is ready to accommodate this growth.

TC: Nancy, first it was the West Coast; now you're back east. Have you settled in yet?
Nancy: After a year and a half soaking up the small-town vibe in Portland, it's just great to be back in New York's urban jungle. Portland was wonderful. The city has so much to offer. People are very friendly; the surrounding nature is breathtaking. However, New York has always held great attraction for me. I felt right at home whenever I was in town. New York is just so exciting, so vibrant.

TC: Why add a site on the East Coast?
Nancy: It's the same concept here as in Portland. We're not talking about just local projects; we're talking about an entirely new business opportunity for the whole coastal region. Cities such as Chicago, Boston, Miami, Orlando, and even Toronto immediately come to mind. In the past, we handled all projects in this region from the West Coast. Now we can bring something beyond our service range into play, and that is logistical advantages, especially when it comes to timing and trucking.

Besides, New York City is an events and fashion paradise. This new location puts us right in the middle of the action. New York is a hub of innovation, a gathering place for clients, their customers and industry contacts, and potentially a talent pool–all important aspects for us.

TC: What selling points sparked and ultimately sealed the deal for the new NYC branch?
Nancy: On one hand we were thinking about the existing business. Around 50% of US revenue was generated in New York in fiscal 2014. A good example is our client base in Portland. A lot of Nike events actually take place in New York. On the other hand, we were thinking about the many contacts to clients of other satis&fy sites. We want our performance promise, the one-stop solution, to be available in all our markets. A physical branch location in New York is critical to fulfilling that promise.

TC: Why Brooklyn, of all places?
Nancy: Our search for suitable rental space soon zoomed in on Brooklyn. There's ample space and easy access to both customers and event locations in Manhattan. Brooklyn is an up-and-coming borough as far as social life and networking go. Our staff can live close to the office, which over here means it takes you just thirty to forty minutes to get to work. In a nutshell, all the key factors–customers, suppliers and employees–give us cause to believe in Brooklyn's long-term prospects. Our building, the wonderfully named Whale Square, is still practically empty. It has six floors with loading docks and warehouses on levels 0/1 and offices above.

TC: Aren't you concerned about violence at all?
Nancy: This is 2015 and not the '80s. Much to the amazement of many, burning tires and the public spectacle of crime on the streets are no longer the order of the day. Sunset Park, where our office is located, is one of the most popular locations. The adjoining Park Slope area is considered to be the place to live. And there's still plenty of room. That will surely change within the next five years, so we arrived at the right time. Park Slope is comparable to the hip scene of Prenzlauer Berg in Berlin–more strollers than cars.

TC: Let's talk about your day-to-day business: Do you have materials on site or do you source from other companies?
Nancy: Based on our experience so far, we aim to assemble a small pool of material this year. Lighting, small sound systems, and monitors are very much in demand. We have big accounts with smaller jobs, and we have satis&fy's usual day-to-day business such as exhibits and conferences, especially for smaller companies.

Pop-up stores, retail and the like don't need big event rigs; they need tailored designs and small technical solutions like those found in consumer electronics. That's also why we started out by setting up a carpentry shop of our own. Almost everything we are asked to provide is exquisite and unusual, so has to be custom-built. At least that's how it's been so far.

Of course, we also work with our AV Alliance partners in New York, which enables us to deliver the best solutions at shortest notice and guarantee the best prices on the market.

TC: How many people are on site with you at the moment and where are they from?
Nancy: We started out with four of us; surprisingly, all from Portland. It's a remarkably young team, a mix of Germans and Americans, energetic, with a great love of detail, professional and ambitious, and looking forward to everything that's coming our way. All are smart enough to find their way in the urban jungle. We also maintain close ties with the Portland team, moving resources and expertise around as needed. satis&fy LLC–that is, Portland and New York City–sees itself as one team, particularly at the project and technical management levels. We are horizontally networked, and very strongly so.

TC: What opportunities for development do you see for the branch and employees?
Nancy: As a startup, we strive to adapt to the New York market, always paying tribute to our roots and our brand promise. It's early in this next step so we still have to rely on the help and input of experienced satis&fy team members. That said, though, we also need new ideas and cultural know-how to keep getting better on the American market.

Project-driven employee exchanges come in handy here. The first trainee swap with Werne will take place in May. And the company-wide Nike team helped us out in February. As I had mentioned, the Portland and New York branches do this every day. We count on Portland to share its experience, know-how and structures. There's a lot of video and phone conferencing.

The team gains insight into many facets of the company, and can help shape and drive the business. I see great development opportunities in terms of language and culture. The consensus among employees that spent more time here–and I can speak for Portland as well–is that they take away a great deal from this experience and that overseas office work expands their horizons, culturally and on a personal level with the advances they've made in improving their English.

TC: How are the projects going?
Nancy: We've been at it full throttle since early January, for example, with the NBA All-Star Weekend in February, where we handled diverse projects for Nike and the Jordan brand. The next peak will be coming up in April with the Jordan Brand Classic.

TC: What are local clients like? Are there differences between the East and West Coasts?
Nancy: I can't say for certain just yet because the spectrum is still too small. The people of both coastal regions are thought to be liberal, diverse, and open-minded. But the dialect is a bit different.

TC: What's next? Where do you expect this branch to be in the-not-so distant future?
Nancy: We see the same potential here in New York as in Portland, and we're working strategically to achieve the same success. Our storage and office space is ready to accommodate this growth. satis&fy has always focused on making our client's shine. This goal is what brought us to Portland, and ultimately to NYC. Our focus will remain the same, and we anticipate this approach will lead to sustainable, profitable operations in both locations.

TC: When you started out at satis&fy, even in your wildest dreams, could you have imagined ending up in NYC?
Nancy: I've been with satis&fy for four and a half years. I joined in Berlin, and then toured through all branches. I embraced the idea of the one-stop solution on a personal level. When I moved to Portland, I had my mind set on staying for at least five years, but as always with satis&fy everything changes, and faster than you expect. So it didn't take me long to pack my things for NYC.

The way I see it, New York is an opportunity that didn't come by dreaming about it. I believe it's much more the result of hard work in a great team, which enabled me to step up to New York. I've always been very determined and I see New York as a great platform for putting my ideas and energy into action on behalf of the satis&fy Group. I am looking forward to this opportunity and say, 'challenge accepted.'

TC: Thank you for an intriguing and enlightening conversation.
wk/tg



Für mehr Zusammenhalt in der Branche: Marcus Stadler, satis&fy Nachhaltigkeits-Experte
Calling for more solidarity in the industry: satis&fy sustainability expert Marcus Stadler

Foto: Michael Pasternack

Es werde grün!

satis&fy zeigt auf der *greenmeetings und events*, was geht.

Let There Be Green

satis&fy Gets Eco-Friendly Groove on at Green Conference

Es bewegt sich was in der Veranstaltungsbranche! Das will die *greenmeetings und events* deutlich machen, die Messe für nachhaltige Veranstaltungen. Mit dabei als Referent: Marcus Stadler, Leiter unseres CSR-Teams (Corporate Social Responsibility). Kein Wunder, für satis&fy ist „Reduzieren, Vermeiden, Wiederverwerten" seit langem Joballtag. Mit „Showgreen", dem Bekenntnis unseres Unternehmens zu einer nachhaltigeren Handlungsweise, sind wir in vielen Bereichen Vorreiter bei der umweltbewussten Eventgestaltung.

„Es geht eine Menge", berichtete Marcus den interessierten und fachkundigen Messebesuchern. „Teilweise kann man schon mit wenigen Änderungen viel erreichen." Und er listete Erfolge auf, die sich einstellen können, wenn man schon am Anfang konsequent nachdenkt, was am Ende passiert. LED-Scheinwerfer, die nur dann „brennen", wenn sie gerade gebraucht werden, Teppiche auf Maisbasis, damit sie recycelt werden können, FSC-Hölzer, die möglichst häufig verwendet werden, Stoffe und umweltschonende Drucke, die mehrfach eingesetzt werden, und einiges mehr.

Doch Marcus hatte keine Blümchen in den Sprechblasen – die *greenmeetings und events* ist auch ein guter Ort, um Tacheles zu reden. Denn vieles ist noch nicht so, wie es sein sollte, und es gibt dicke Bretter, die man noch bohren muss, zum Beispiel beim Aufbau von geschlossenen Recyclingketten in Deutschland, etwa bei Messeteppichen. Darüber hinaus macht ein niedriger Ölpreis Recyclingmaterialien wirtschaftlich uninteressant. Lückenlose Recyclingnachweise bei Kunststoffen gibt es nicht. Strom ist allzu oft Bestandteil einer pauschalen Locationmiete, ein stromsparendes Verhalten wird so nicht belohnt. Und das wichtigste: Die Nachfrage muss steigen. Sie ist der Dreh- und Angelpunkt, um Lücken zu schließen und die Preise noch attraktiver gestalten zu können. Dazu müssen Kunden natürlich wissen, was möglich ist und was sie davon haben. Und so schließt sich der Kreis zu Messen wie der *greenmeetings und events*. Eine gute Möglichkeit für Marcus, über das wichtige Thema Nachhaltigkeit zu informieren, ohne den Kunden damit in den Ohren zu liegen.

Die an diesen und zwei weitere Vorträge anschließende engagierte Diskussion erbrachte Lösungsansätze. Die Idee ist, branchenweit einen Leitfaden zu erarbeiten, der Eventverantwortlichen und öffentlichen Auftraggebern hilft, die richtigen Fragen zu stellen und sich für den „grünen Weg" zu entscheiden. Denn nur, wenn jeder weiß, was machbar ist, kann die Nachfrage steigen. satis&fy will weiter intensiv an der Kommunikation arbeiten. Dann wären da noch die öffentlichen Ausschreibungen. Wenn Nachhaltigkeit hierbei ein echtes Kriterium wird, würde die gute Sache einen deutlichen Schub bekommen. Und auch Kooperationen sind gefragt: Wenn die Branche zusammenrutscht, Sonderbauten mehrfach zum Einsatz kommen, Unternehmen sich zusammentun, um von Herstellern ökoeffizientere Produkte einzufordern – dann werden am Ende alle profitieren. Allen voran: Die Umwelt. *hs*

Things are changing in the event industry, and greenmeetings and events, a convention for sustainable productions, aims to get that message across. Marcus Stadler, head of our CSR team, was on hand to give a speech. He certainly came with impeccable credentials: Our crews go about their daily business with satis&fy's mantra–reduce, reuse, recycle–fixed firmly in mind. And our Show Green initiative is spearheading the drive towards more sustainable practices in this business.

"There's a lot that can be done," Marcus told an engrossed and well-informed crowd, "even a few changes can make a difference." He also recounted some success stories to illustrate the benefits of thinking things through from cradle to cradle, including LED spots that only consume power when they're needed, recyclable carpets made of corn starch, and frequently reused FSC-certified woods, fabrics and eco-friendly prints.

But Marcus' speech wasn't all hearts and flowers; the greenmeetings and events get-together is also a good place to talk turkey. After all, there's still a long way to go and much to be done. The effort to set up closed recycling chains in Germany, say for carpets used at trade shows, has stalled. The low price of oil makes recycled materials a far less attractive alternative. Proper certification for recycled plastics is still a long way off. Electricity is all too often included in a location's flat rental fee, so there's no incentive to conserve energy. And most important, demand has to grow. This is the key to closing the gap and making prices more competitive. Customers need to know what can be done and what's in it for them, and conventions such as greenmeetings and events provide the perfect opportunity to tell the story. It's an excellent forum for Marcus to speak about the importance of sustainability without getting preachy.

Two other presentations followed Marcus', upon which a spirited discussion ensued. The attendees' outlook is optimistic, with a lot of the talk being about workable solutions. A proposal was put forward to develop an industry-wide guide that would help private promoters and public organizers ask the right questions and opt for a green alternative. Demand will only grow if everyone knows what's feasible. satis&fy will continue working hard to get the message across. And if sustainability was made mandatory in public tenders, this initiative would pick up real momentum. Alliances are imperative. If the industry pulls together as a team, reusing custom builds and demanding more eco-efficient products from manufacturers, everyone will win–especially Mother Nature. hs/tg

IMPRINT

TRUE COLOURS, ©2015 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

Printed on FSC certified paper

Ja, ja, der Frühling

Might As Well Jump



Wenn die Wetterlage ein Hoch verspricht, beginnt die Menschheit zu hüpfen, vermutlich weil man an das Hoch irgendwie drankommen muss. Deshalb heißt der Frühling ja auch „Spring". Wir finden allerdings, dass es sich das ganze Jahr über lohnt, sich nach vorne und nach oben zu orientieren, auch wenn man dafür ein bisschen Anlauf nehmen muss.

„Ein kluges Pferd springt nur so hoch, wie es muss", sagt Lothar Matthäus. Dabei bleibt die Frage offen, wie hoch kluge Fußballer springen, vielleicht befragt man hierzu auch besser einen anderen. Wer sich immer nur daran orientiert, was unbedingt sein muss, wagt jedenfalls nie den Sprung ins kalte Wasser und schon gar nicht den in ein neues Zeitalter.

Wenn Menschen an das Thema Nachhaltigkeit denken, denken sie meist an kleine, langsame Schritte. Es ist noch so viel zu tun. So denken wir auch. Im November, wenn die Welt grau ist. Jetzt aber denken wir: Es ist ein großer Sprung getan. Und wir massieren mächtig unsere Gelenke, damit auch die nächsten Sprünge gelingen können. Die Recyclingketten werden weiter aufgebaut, die Mehrfachnutzung der Materialien steigt und vor allem auch die Nachfrage nach nachhaltigen Konzepten. Es soll in großen Sprüngen vorangehen. Auch technisch. Was machbar ist, wollen wir versuchen, am liebsten als erste. Zum Beispiel, indem wir mit der ersten weltweit verfügbaren 2/3-Zoll-Kamera arbeiten, die 4K Bilder mit bis zu 60 Vollbildern pro Sekunde produzieren kann.

Und trotzdem – allein zu hüpfen, macht keinen Spaß. Wir möchten andere bewegen, es uns gleich zu tun: Lieferanten, Partner, Kunden. Gemeinsam kommt man höher hinaus. Deshalb haben wir Ihnen heute ein wahres Frühlingsseil beigelegt. Jetzt ist die beste Zeit, um sich für die Zukunft fit zu machen. Und wenn die Sonne scheint, kann man dabei gelegentlich sogar über seinen Schatten springen. Toll, dieser Frühling. *hs*

When the weather takes a turn for the better, it puts the bounce back in our step. Maybe that little skip in our stride means we're stretching to reach those highs the weatherman keeps talking about. And maybe that's why we call the season spring, from the Old English springan, which means to jump. Now we don't want to jump ahead of ourselves, but we do feel it pays to leap higher and bound further throughout the year, even if you have to back up a bit to take a running start.

"A smart horse only jumps as high as it needs to," says German soccer deity and equine empath Lothar Matthäus. He never mentioned how high the smart footballer jumps, but perhaps that's a question others are more qualified to answer. In any event, if the bar is always left at the lowest notch, no one's ever going vault to new heights, much less into a new era.

When people think of sustainability, they usually picture small, slow steps because there's still so much left to do. We think that way too–in November, when the world is drab. Now, though, we're thinking about taking a running jump to extend the recycling chain, reuse even more materials and drive demand for sustainable solutions. We want to move forward not by degrees, but by leaps and bounds. The same goes for technology. If it can be done, we want to do it first. A case in point is the world's first 2/3-inch camera, which we're using to capture 4k images with up to 60 frames per second.

But tearing through the tulips is a lot more fun with company. We want others–suppliers, partners, customers–to pounce on this opportunity, which is why we've included a jump rope. Now's the best time to get fit for the future. And it's so much easier to take a leap of faith when the sun is shining. Hope springs eternal, especially in spring, so you might as well jump. hs/tg