satis&fy
the true colours of events

TRUE COLOURS

03/15



Mehr Tagung geht nicht: IGM in Frankfurt

As Grand as Gatherings Get: Frankfurt's IGM

Foto: Anna Imm

Editorial

Zwei Themen, eine Frage: Wie bringt man Vielfalt unter einen Hut? Für die Neuauflage unserer Website war die Antwort klare Designsprache, emotionale Bilder, eingängiger Text. Dazu moderne Programmierung, Blog.News, Social-Media-Anbindung. Indem wir unvoreingenommen an die Aufgabe herangegangen sind, haben wir die Komplexität unserer One-Stop-Solution einfach und verständlich auf den Punkt bringen können. Das Ergebnis sieht man seit ein paar Wochen unter der bekannten URL satis-fy.com. Wir sind gespannt auf Ihr Urteil.

In Bezug auf unsere Mitarbeiter ist die Antwort noch einfacher: 10 internationale Standorte, 24 Nationalitäten, null Problemo. Friedvolles Miteinander passiert bei uns einfach. Zwar haben wir vor Jahren die Werte Respekt und Toleranz in unseren Unternehmensleitlinien verankert, aber das scheint in diesem Kontext gar nicht nötig zu sein. Die Bereitschaft dazu kommt von den Menschen selbst, die für satis&fy arbeiten.

Was im Kleinen möglich ist, sollte auch im großen Ganzen funktionieren. Das mag für manche naiv klingen, aber vielleicht ist es ja gerade das Einfache, Schlichte, das Unbefangene an dem Gedanken, das uns in dieser Sache weiterbringt.

Auf jeden Fall ist das unser Wunsch für die Feiertage und für das neue Jahr.

Two issues, one question: How to forge unity out of diversity? We found the right answer for our revamped website by using a crisp design with clean lines, compelling images and catchy copy combined with state-of-the-art programing, a blog, news, and social media connectivity. Taking an open-minded and even-handed approach, we were able to distill the complexity of our One-Stop Solution down to clear-cut facts. The result can be viewed in a few weeks at the familiar URL satis-fy.com. We're looking forward to seeing how you like it.

The answer was even easier for our workforce: ten international sites, twenty-four nationalities, zero problems. Amicable relations just come naturally to us. Although we enshrined respect and tolerance in our corporate guidelines years ago, our workforce doesn't need any guidance in that respect. The willingness to embrace those values was already there in the people who work for satis&fy.

If this works on a small scale, there's no reason it shouldn't work across the board. That may sound naive to some, but maybe it's the simplicity, the sincerity and the ingenuousness of this thought that will keep us moving forward in this direction.

And that's what we're wishing for the holidays and for the New Year.

Ihr
Yours

Nico Ubenauf

Nico Ubenauf



Wie klingt eigentlich das Leben?

Seit 2011 gibt das Charity-Festival „Sound of Life" in Frankfurt eine Antwort. Und die vereint Gegensätze – der Tod gehört dazu.

Als Eventdienstleister sind wir gewohnt, das Leben zu polieren. Wir sind für die glanzvollen Seiten zuständig – wir inszenieren, verschönern, rücken ins beste Licht. Doch manchmal scheint das nicht die wichtigste Aufgabe zu sein. Manchmal geht es vor allem darum, eine Sache in jeder Hinsicht mit Power auszustatten, ihr eine Bühne zu geben. Als wir 2011 gefragt wurden, ob wir ein Festival zugunsten des Vereins „Hilfe für krebskranke Kinder e.V." unterstützen würden, waren wir deshalb schnell dabei. Eine erstaunliche Menge Power war bereits vorhanden: Die Jugendgruppe des Vereins wollte das Ding mit viel Begeisterung auf die Beine stellen, angeführt von der damals 19-jährigen Janna Rupprecht, die sich als ehemalige Betroffene engagierte. satis&fy schickte seine Auszubildenden nach vorn und supportete die Youngsters im Hintergrund. So begann eine wunderbare Erfolgsgeschichte. Von nun an fand das Festival, initiiert, um das Leben zu feiern, dank vereinter Kräfte jedes Jahr statt.

Die Location: Die Rennbahn in Frankfurt-Niederrad. Der Charakter: Ein großes Fest für an Krebs erkrankte Kinder und ihre Familien, für alle diejenigen, die der Krankheit die lange Nase gezeigt hatten, aber auch für Freunde und Angehörige derer, die den Kampf verloren haben. Mit einem Familiennachmittag mit Hüpfburg und reichlich Gelegenheit zu chillen, zu quasseln oder sich wortlos in den Armen zu liegen und einem krachenden Konzert zum Abtanzen und Feiern. Genau so kam es auch in diesem Jahr. Ein paar Besonderheiten gab es dann aber doch: Zum ersten Mal steppte der Bär gleich auf zwei Bühnen; und es erfüllte sich ein Traum der Festival-Initiatorin Janna: Echo-Preisträger Jupiter Jones traten als Headliner auf. Doch weder den Auftritt der Band noch den Rekord von über 2.000 Besuchern erlebte Janna mit. Als am Nachmittag traditionell den Verstorbenen mit einer weißen Taube gedacht wurde, flog auch für Janna Rupprecht ein Vogel in den Himmel. Ihre Krankheit war zurückgekehrt. Sie war drei Wochen nach dem Sound of Life 2014 gestorben. Das gesamte Organisationsteam hatte sich große Mühe geben müssen, ihre Lücke zu füllen. Mit dabei als satis&fy Projektleiter war Jannas Lebensgefährte Patrick Link. Dass das schwierige Unterfangen geglückt ist, darin sind sich alle einig, die an diesem Tag auch unbeschwerte Leichtigkeit genossen haben.

Und dennoch wird es im kommenden Jahr kein Sound of Life geben. Wie bei allen Erfolgsgeschichten ist irgendwann eine Standortbestimmung fällig. Noch größer und damit zwangsläufig anders werden? Oder erkennen, dass die Zeit für etwas Neues gekommen ist? Die veränderten Bedingungen seitens der Rennbahn, die einer Jugendakademie des Deutschen Fußball-Bundes weichen soll, spielen dabei kaum eine Rolle.

Eine schlechte Nachricht ist das Innehalten aber auf keinen Fall. Die Zukunft der Zusammenarbeit von satis&fy mit dem Verein Hilfe für krebskranke Kinder e.V. ist so oder so keine ungewisse. Nicht nur, dass wir weiterhin für alle größeren Feiern mit Licht, Sound und allem Drumherum in Frankfurt anrollen, auch andere Events sind geplant. Und selbst wenn keines von ihnen noch einmal Sound of Life heißen sollte: Bei der Hilfe für krebskranke Kinder e.V. kann man immer wieder erfahren, wie vielfältig das Leben klingt. *hs*



Foto: Stefan Wildhirt

Mit vereinten Kräften für das Leben: Das Team rund um die Hilfe für krebskranke Kinder e.V.
Joining forces to celebrate life: The team that set out to support the Children's Cancer Fund

What Exactly Does Life Sound Like?

Sound of Life, a Frankfurt charity festival, has been answering that question since 2011. And there are two sides to the story, life and its antithesis, death.

As a production company, we're accustomed to putting a little polish on real life. Our business is all about the glamorous side; it's our job to magnify the moment, to amplify the action, to doll up the drama, to cast everything in the best and brightest light. On occasion, though, it seems that there's more to it than just show biz glitz. Sometimes it's all about empowering a cause, about setting the stage to get a message across.

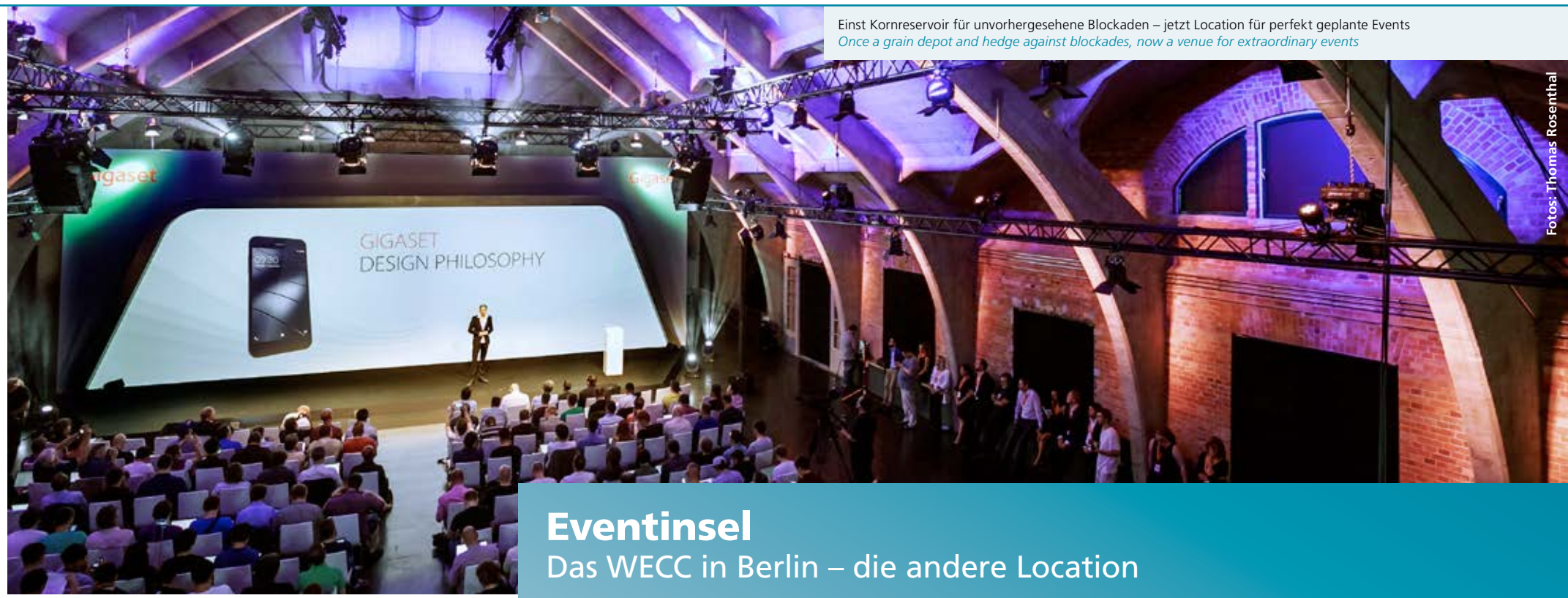
With this in mind, we were happy to pitch in with a 2011 festival benefiting Hilfe für krebskranke Kinder Frankfurt e.V., a children's cancer fund. Headed up by Janna Rupprecht, a 19-year-old cancer survivor, the association's youth group was already tackling this task with an enthusiasm so infectious it felt more like a force of nature. So satis&fy dispatched its apprentices and provided background support for the youngsters' efforts. That marked the beginning of a wonderful success story. Every year since, volunteers have joined forces to stage Sound of Life, a festival meant to celebrate the joy of living.

Taking place on a horse racetrack in Frankfurt-Niederrad, this gig is a get-together for kids with cancer and their loved ones; for those who beat the disease and for friends and relatives of those who lost the battle. Every installment is a family affair with a bouncy castle and plenty of opportunities to chill out, shoot the breeze or say it with a silent hug, and to dance to the grooves and revel in the raucous music. This year's gathering offered all this and more. It was the first time that bands played two stages, and it was also the day that organizer Janna's wish came true with Echo award winner Jupiter Jones appearing as a headliner.

Janna did not see the band perform in front of a record crowd of more than 2,000. It's a festival tradition to commemorate the departed with a white dove. That afternoon, a bird also took to the skies in memory of the festival initiator's Janna Rupprecht. The disease had returned, and she passed away three weeks after the 2014 festival. It took a collective effort of the entire organizational team, with Janna's partner Patrick Link serving as satis&fy's project manager, to fill the void that she had left behind.

It was a difficult task, but good work was accomplished as everyone who enjoyed that day's carefree outing would agree. And yet the festival will not be repeated next year. In every success story, there comes a time to take stock of the situation. Should the event grow even more at the risk of compromising its spirit and purpose? Or is it time for something new? While it's true that the German soccer association aims to build an academy on the racetrack grounds, the location's availability won't factor into the decision.

The break isn't all bad news, though. One way or another, satis&fy and Hilfe für krebskranke Kinder e.V. will keep collaborating. We'll be happy to keep furnishing lighting, audio and other support for the association's bigger Frankfurt gatherings. Other events are in the works. And even if none is called Sound of Life, that joyful noise will continue to resonate in the cancer fund's initiatives. hs/tg



Einst Kornreservoir für unvorhergesehene Blockaden – jetzt Location für perfekt geplante Events
Once a grain depot and hedge against blockades, now a venue for extraordinary events

Fotos: Thomas Rosenthal

Eventinsel

Das WECC in Berlin – die andere Location

An Events Islet

Berlin's WECC – Not Your Ordinary Venue

Der größte Hafen Berlins und ein Gefühl wie am Meer mitten in der deutschen Hauptstadt. Hier liegt er bereit, der rote Teppich zu all jenen Events, die Aufsehen erregen. Wer will, kann am eigenen Steg festmachen und direkt an dieser ungewöhnlichen Eventlocation anlanden, egal ob mit Ruderboot oder Binnenkreuzfahrtschiff. Eine Einzigartigkeit – nicht nur in Berlin: Das im April 2015 eröffnete WECC (Westhafen Event & Convention Center) fasziniert. Riesig, großzügig, vielseitig, pittoresk und modern zugleich. satis&fy gelang es, den Job als Generalauftragnehmer dieses geschichtsträchtigen Gebäudeensembles zu kapern.

In den 1920er Jahren wurde der Westhafen Berlins ausgebaut und wuchs zum zweitgrößten Binnenhafen Deutschlands. Hier entstand auch die Lagerhalle I, eine ehemalige Produktions- und Speicherhalle. Heute ist das Gebäude mit allem ausgestattet, was eine moderne Eventlocation braucht. Gleich um die Ecke legen immer noch Containerschiffe an, sie werden gelöscht und die Ladung wird mit Lkws abtransportiert. Wie schon seit über 100 Jahren. Als Verbindung in diese Vergangenheit sind die alte Kornschütte und ein alter Hafenkran mit in die ausgeklügelte Hallenarchitektur verbaut. Sie erinnern an Zeiten, als die riesige mehrstöckige Halle als Korn-Reservoir für Westberlin diente. Bis zum Mauerfall sollten tonnenweise Weizen die Versorgung der Stadtbevölkerung bei unvorhergesehenen Blockaden durch den Osten sicherstellen (Senatsreserve).

Nach einigen Monaten Umbauzeit ist die Innenausstattung vom Feinsten. Fußbodenheizung und -kühlung, 250m2 große Industrieküche, neue Böden, neue Fenster, WLAN auf allen Etagen, Hightech-Projektionstechnik für Vorträge und Konferenzen. Egal ob Galadinner, Workshop, Get-together, Kongress mit mehreren Panels, Messen oder kombinierte Messe-, Seminar- und Vortragsveranstaltungen - alles ist möglich. Auch das umfangreiche, integrierte Rigging bietet nahezu grenzenlose Möglichkeiten für die Befestigung von Scheinwerfern, Videotechnik oder Dekoration. Die bereits eingebrachte Beleuchtung taucht die Säle in ein angenehmes Grundlicht. Das starke Ambientelicht unterstreicht die großartige Architektur des Gebäudes und bietet in Form von gewünschten CI-Farben unzählige Möglichkeiten. Die druckvolle Beschallung im großen Saal deckt jede Eventualität ab.

Hier im WECC wächst Berlins Jahrhunderte alte Industriegeschichte mit der rasant sich entwickelnden Dienstleistungs-Moderne zusammen zu einem neuartigen, praktischen und zugleich feinen Ort. Sehr früh stand die zukünftige enge Zusammenarbeit fest, sodass satis&fy schon in der Bauphase eigene Anforderungen einbringen konnte. Fünf satis&fy-Projektleiter kümmern sich seither um die Kunden. David Busse koordiniert das Team. Die Geschäftsführer des WECC, Thorsten Schermall und Jean-Claude Ketterer (Roof GmbH & Co. KG), leiten das Gesamtkonzept.

Sie alle freuen sich über Kunden wie SAP, Microsoft, die Deutsche Fußball Liga, die die Räumlichkeiten bereits für sich und ihre Ziele nutzen konnten. Zuletzt gelang dem Kommunikationsunternehmen Gigaset mit der Vorstellung seines High-End Smartphones Gigaset ME im Rahmen der IFA 2015 ein großer Auftritt. Das Unternehmen belegte alle Räumlichkeiten für Präsentation, Seminar und Interviews. satis&fy stellte im Auftrag der Agentur BBDO Live Video-, Ton-, Übertragungs- und Lichttechnik sowie Dekoration. 300 Gäste, Journalisten, Partner, Blogger, Youtuber und Fachpublikum staunten nicht schlecht – und sie werden diese (Schiffs-)Reise zu dieser einzigartigen Eventinsel mitten in Berlin mit Sicherheit in Erinnerung behalten. *mf*

The map says it's smack-dab in the middle of Germany's landlocked capital, but the seaside ambiance of Berlin's largest port can't be denied. This is where the red carpet is rolled out for events staged to raise eyebrows and a bit of a ruckus. Anyone who wants to rock the boat can pull right up in anything that floats—dinghy, tug or river cruise ship—and moor at this unusual location's jetty. Open since April 2015, the Westhafen Event & Convention Center, or WECC for short, is spacious, modern and versatile; a venue unlike any other in Berlin and parts beyond. And satis&fy managed to land the job as general contractor for this historic ensemble.

Extended in the 1920s, Berlin's harbor grew to become Germany's second largest inland port. Lagerhalle I, a former production and storage facility, was erected here. Today the building is equipped with everything a modern event venue needs. Although much has changed over the past century, container ships still dock at the wharf just around the corner for their cargo to be unloaded and carted off by trucks. Assimilated into the hall's sophisticated architecture, the grain chute and port crane stand as reminders of a time when the hulking multi-storey hall served as a grain depot for West Berlin. Until the fall of the Wall, it held heeps of wheat as a back-up food supply for a city that lived under the constant threat of blockade.

After several months of refurbishment, the building's interior sparkles with the finest in fixtures—in-floor heating and cooling, a 250 m² industrial kitchen, new flooring and windows, ubiquitous Wi-Fi, and high-tech projection equipment for presentations and conferences. Anything goes, be it a gala dinner, a workshop, a casual get-together, a convention with multiple panels, fairs, and even combinations of exhibitions, seminars and lectures. All the rigging hardware is built in, offering boundless options for mounting spotlights, video art and decorations. The installed lighting casts a warm glow about the rooms. This potent ambient lighting underscores the building's fetching architecture with countless CI color choices. And the powerful sound system covers even the far reaches of the largest hall. The WECC is the crossroads where Berlin's centuries-old industrial heritage and today's rapidly evolving service experience converge in a decidedly functional, yet remarkably stylish setting for events. Fortunate to have been selected as the venue's partner while construction was underway, satis&fy was able to factor its specifications into the equation early on. Five of the production company's project managers have since catered to customers of the venue managed by the WECC's directors Thorsten Schermall and Jean-Claude Ketterer of Roof GmbH & Co. KG.

To these managers' great delight, clients such as SAP, Microsoft and Deutsche Fußball Liga have opted to use these premises for their ends. Recently the communications company Gigaset unveiled its new ME smartphone at a grand showcase staged during the IFA 2015 fair. Every room in the building hosted a presentation, seminar or interviews. satis&fy provided for BBDO Live AV, transmission and lighting equipment, and decorations. The showcase certainly wowed the 300 guests, journalists, partners, bloggers, YouTubers, and industry insiders who are unlikely to forget their voyage to this singular events islet in the heart of Berlin.
mf/tg

TICKER *Locations*

Beim Aspire Academy Global Summit 2015 kam das Who's who des internationalen Elite-Fußballs zusammen, um wissenschaftliche Erkenntnisse mit praktischem Wissen zu verbinden. Damit der Ball auch rund lief, kümmerten wir uns um Licht, Ton und Video für das hochkarätige zweitägige Event im Berliner Westhafen Event & Convention Center. +++ Geldspielautomatenfabrikant Löwen Entertainment lud rund 450 Kunden in die Fredenhagenhalle nach Offenbach ein. satis&fy lieferte im Auftrag der Firmen bp eventmarketing und unity:events die komplette Technik.

The guest list of the 2015 Aspire Academy Global Summit, a symposium combining scientific insights and real-world experience, read like a who's who of elite international soccer. We kept the ball rolling by handling the lighting, audio and video for the prestigious two-day event in Berlin's WECC. +++ Gaming machine manufacturer Löwen-Entertainment invited some 450 customers to Offenbach's Fredenhagenhalle; satis&fy furnished all the equipment on behalf of the agency bp eventmarketing und unity:events.



Seit 1920 in Betrieb, aber noch nie so schön: die Lagerhalle 1 des WECC
A working warehouse since 1920, the WECC's Lagerhalle 1 never looked as good as this.

Westhafen Event & Convention Center Berlin (WECC), Lagerhalle I

Fläche: über 2.800m² mit elf variabel bespielbaren Räumen
Ausstellungsfläche: 2.050m²
Kapazität: 1.500 Personen
Räume: zwei parallel bespielbare Hauptsäle (770m² / 420m²), neun kombinierbare Workshop-Räume
Raumgrößen: 35-770m², Höhe 4,5-12,4m
Ausstattung: Reihenbestuhlung bis zu 800 Stühle (großer Saal), Konferenztechnik, Konferenzmobiliar
Industrieküche: 250m², hauseigenes Catering
Anreise: 600 Parkplätze im Parkhaus Moabogen, Bootsanleger

WECC, Westhafenstraße 1, 13353 Berlin
Betreiber: Roof GmbH & Co. KG, Tel. *++49 (0) 30-208488330*
info@40seconds.de, www.wecc.de

Westhafen Event & Convention Center Berlin (WECC), Warehouse no. 1

***Area**: More than 2,800 m² with eleven multipurpose rooms*
***Exhibition area**: Up to 2,050 m²*
***Capacity**: Up to 1,500 people at a time*
***Facilities**: Two separate main halls (770 m² / 420 m²) and nine individual but combinable workshop rooms*
***Room sizes**: 35-770 m², ceiling height from 4.5 to 12.4 m*
***Equipment / furniture**: Row seating for up to 800 (large hall) and conference equipment and furniture*
***Industrial kitchen**: 250 m², in-house catering*
***Arrivals / parking**: 600 parking spaces, landing pier*

***WECC**: Westhafenstraße 1, 13353 Berlin*
Operator: Roof GmbH & Co.KG, Phone: ++49 (0) 30-208488330
info@40seconds.de, www.wecc.de



Maximale Aufmerksamkeit durch das 64m breite Podium
An attention-grabbing, 64 m podium

Fotos: Anna Imm

Sieben Tage, sieben Nächte

Vollformatiger Einsatz für wegweisende Beschlüsse der IGM

Seven Days & Seven Nights

An All-out Effort Enabling IGM to Adopt Groundbreaking Resolutions

Der IG Metall Gewerkschaftstag ist eine Megaveranstaltung. Alle vier Jahre treffen sich um die 1600 Delegierte, nationale und internationale Gäste aus Politik und Wirtschaft, Zuhörer und Presse, um eine Woche lang die zukünftigen Schwerpunkte ihrer Arbeit zu diskutieren und zu beschließen. Dieses Mal war Frankfurt als Austragungsort an der Reihe. Und satis&fy als „Overall Production Company" für die technische und organisatorische Gesamtplanung und Durchführung. Schönes Wetter – gut, dafür waren wir nicht zuständig, aber sonst für so ziemlich alles rund um die Produktion. Und die war überdimensional, mit jeder Menge Polit-Prominenz bis hin zur Bundeskanzlerin. Nicht nur die Halle 11.1 der Frankfurter Messe wurde tagungstechnisch genutzt, alle Büroräume im näheren Umfeld wurden requiriert, für die Führungskräfte individuell ausgestattet und IT-seitig vorbereitet.



Satelliten-Location Alte Oper
satellite location Alte Oper

„Wir haben kräftig am One-Stop-Solution-Wheel gedreht", beschreibt Projektleiter Björn Kowalzig den produktionstechnischen Aufwand. „Für jeden war etwas dabei: Beleuchtung, Beschallung, Bühnenbau, Deko, Eventarchitektur, Kreativ-Services, Management, Messebau, Mietmöbel, Rigging, Trucking, Technische Leitung, AV/Video, Warehouse, Werbegestaltung, Werkstätten."

Als knifflig erwies sich die Bereitstellung von internen und externen TV- und Hörfunksignalen über IP-TV. Ein Kanal wurde exklusiv von unseren Kameras im Tagungssaal gespeist, weitere 19 Kanäle mit verschiedenen TV-Anbietern und Nachrichtensendern bespielt. Schließlich wollten Delegierte und Organisatoren jederzeit und überall im Gebäude wissen, was man über sie berichtete. Dazu gab es etliche Nebenschauplätze. Ein Empfangsstand am Hauptbahnhof begrüßte die per Zug eintreffenden Delegierten. Die Halle 11.0 unterhalb der Tagungsbühne beherbergte zahlreiche Messestände, an denen sich Gewerkschaftsbezirke und externe, mit der IG Metall verbundene Dienstleister präsentierten. Zwischendurch mussten mehrere Ebenen im benachbarten Portalhaus für den parlamentarischen Abend der im Bundestag vertretenen Parteien umgebaut werden. Prominenteste Satelliten-Location war die Alte Oper – ganz in Corporate-Rot erstrahlend –, wo jede Menge Entertainment geboten und die Wahlergebnisse des Tages gefeiert wurden.

Isabel Winkelmann-Grm vom Bereich Eventarchitektur: „Unsere von Anfang an intensive Kommunikation mit der IG Metall hat dazu geführt, dass es keine Unklarheiten gab. Die VA nahm schnell Form an – als 1:10-Modell der 46 Meter breiten Bühne und als 3D-Rendering, das man virtuell durchlaufen und aus allen Perspektiven anschauen kann."

Björn Kowalzig: „Die 150 Mitarbeiter vor Ort zu lenken, war schon eine Herausforderung. Besonders wichtig war die Zusammenstellung der Teams, denn bei so einem Format erfolgt die Projektleitung indirekt über Gewerkeleiter und Crew-Heads, der Projektleiter bzw. Technische Leiter kann nicht jeden einzelnen erreichen und führen." Muss wohl gut gelaufen sein. IGM-Projektleiterin Conny Lüders postete unmittelbar nach Abschluss auf Facebook: „Super Crew, jederzeit wieder! Danke nochmals im Namen aller Metaller." Und Funktionsbereichsleiter Rainer Gröbel meinte: „Die Arbeit mit diesem dynamischen, jungen Team mit seinen frischen Ideen und der spürbaren Begeisterung hat uns sehr viel Spaß gemacht. Die haben unser Motto „Gute Arbeit, gutes Leben, IG Metall" schon während des Gewerkschaftstags aufgegriffen." *wk*

JOB-FOCUS

Was auf den ersten Blick nach einem eher unspektakulären Routine-Job ohne viel Besonderheiten aussieht, entpuppt sich bei näherem Hinsehen als koordinativ anspruchsvoller Multitasking-Job, der sämtliche satis&fy Gewerke in Wallung bringt.

Eine nationale Konferenzveranstaltung mit politischer Tragweite und internationalen Gästen, intensiv beobachtet von Print-, Rundfunk- und TV-Medien, Dauer eine Woche. Da muss alles passen und ineinandergreifen. Die Vorgespräche zum Projekt begannen vor fast einem Jahr, zu Spitzenzeiten waren 150 Mitarbeiter und Helfer vor Ort. Das aus mehreren satis&fy-Niederlassungen angelieferte Material entsprach der Ladung von 23 Sattelschleppern.

What had seemed to be a routine job, an unspectacular assignment with a straightforward game plan, turned out to be a true multitasking monster—and all of satis&fy's many departments had to band together to slay that beast.

This weeklong national conference with heavy political undertones and guests from abroad had already made a big blip on print, radio, and TV journalists' radar, so all the gears had to be in place and engaged to get the machine rolling. With preparatory talks for the project commencing nearly a year ago, this huge undertaking required nearly 150 staff and assistants on site and 23 tractor-trailer loads of equipment delivered from several satis&fy branches.

When Germany's giant metalworker union IG Metall gathers, it's guaranteed to be a massive event. Every four years, 1,600 delegates, national and international guests from politics and business, audience and press gather for a week to discuss and vote on the union's future priorities. This time, it was Frankfurt's turn to play host and satis&fy's chance to strut its stuff as the production company for the entire technical and organizational planning and realization.

As luck would have it, one of the few elements beyond satis&fy's control during this gig, the weather, ended up being as close to perfect as this production. And what an immense task it was, with lots of prominent politicians, including Germany's chancellor, turning up. Even the Frankfurt fairground's hall 11.1 wasn't big enough to accommodate everyone, so all the office space in the immediate vicinity had to requisitioned—custom-fitted for VIPs, and equipped with IT.

"We spun that one-stop solution wheel hard," says project manager Björn Kowalzig, describing the production effort. "And every spoke had a job to do: lighting, audio, staging, decor, event architecture, creative support, management, exhibit construction, furniture rental, rigging, trucking, technical lead, AV/video, the warehouse, advertising services, and the workshops." One of the trickier tasks was to furnish internal and external TV and radio signals via IP TV. One channel was devoted exclusively to feeds from our cameras in the conference room, and another 19 channels were assigned to various TV and news broadcasters, enabling delegates throughout the building to follow reporters' accounts of the event. There were several sideshows that needed staging, a reception booth at the main train station welcomed delegates arriving by train, the union's local branches and allied service providers were on hand at a score of exhibition stands in hall 11.0 below the conference stage, and several levels of the adjacent Portalhaus had to be converted on the fly to host an evening event for the parties represented in parliament. The most prominent satellite location was the Alte Oper—decked out in the union's trademark crimson, it was the entertainment hotspot and the venue of choice for celebrating the day's election outcomes.

The Event Architecture department's Isabel Winkelmann-Grm says, "We engaged in an intensive dialog with IG Metall from day one to ensure everything was very clear. The event quickly took shape in the form of a 1:10 model of the 46-meter-wide stage and a 3D rendering offering a virtual tour with views from all perspectives."

Björn Kowalzig adds, "Steering a workforce of 150 on site was quite a challenge. The teams' makeup was critical because this type of project is managed indirectly by the department heads and crew chiefs. The PM/TL simply can't reach and guide every individual."

Overall, it went off without a hitch. Immediately after the event, IGM project manager Conny Lüders posted a message on Facebook: "Super crew; come back again anytime! Thank you again on behalf of all metalworkers." Functional manager Rainer Gröbel says, "Working with this dynamic young team, with its fresh ideas and palpable enthusiasm, was a lot of fun for us. They had already bought into our motto 'Good work, good life, IG Metall' while the union conference was underway." wk

TICKER *Corporate Events*

Smart ganz groß: Sechs Wochen lang verbaute eine 20-köpfige satis&fy-Crew für die IAA-Präsentation (2000m²-Standfläche) rund 1000m Traverse, 500m Alurohr, 200 Tageslichtscheinwerfer und, und, und. +++ (Noch) keine eigene TV-Serie, aber Licht, Ton, Video und Bühnenbau lieferten wir für die Launch-Events des Video-On-Demand-Anbieters Netflix in Mailand, Lissabon und Madrid. +++ Wie jedes Jahr waren wir auch 2015 im Auftrag der Maleki Group Event-Generalunternehmer für die Euro Finance Week 2015 in Frankfurt.

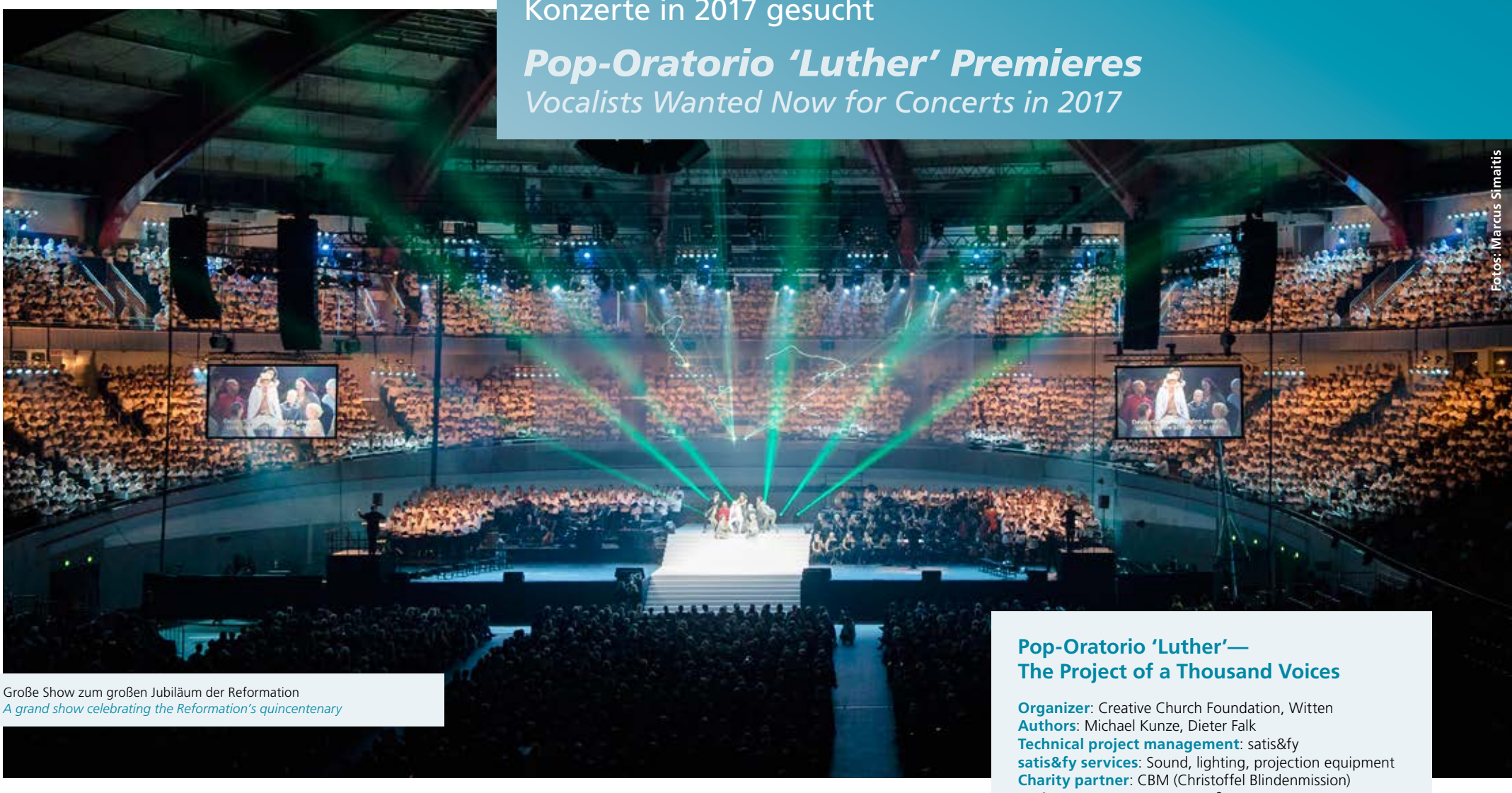
Big showcase for the smallish Smart: A 20-strong satis&fy crew spent six weeks setting up an IAA presentation (2000 m² stand area) with some 1000 m of trusses, 500 m of aluminum rods, 200 daylight lamps, and so much more. +++ We supplied lighting, AV, and stages for video-on-demand provider Netflix's launch events in Milan, Lisbon and Madrid. Maybe we'll get our own TV series yet. +++ Different year, same success story: The Maleki Group hired us as general contractor for Frankfurt's 2015 Euro Finance Week.

Pop-Oratorium Luther feiert Weltpremiere

Ab sofort werden Sängerinnen und Sänger für Konzerte in 2017 gesucht

Pop-Oratorio 'Luther' Premieres

Vocalists Wanted Now for Concerts in 2017



Fotos: Marcus Simaitis

Große Show zum großen Jubiläum der Reformation
A grand show celebrating the Reformation's quincentenary

Am 31. Oktober fand die ausverkaufte Premiere eines gigantischen Chor- und Musicalprojekts in der Dortmunder Westfalenhalle 1 statt: Das Pop-Oratorium Luther. Fast 3.000 Sänger und Sängerinnen, zusammengestellt aus 85 Chören, besangen anlässlich des bevorstehenden 500-jährigen Reformationsjubiläums in dem überdimensionalen, musikalischen Bühnenstück das Leben des Kirchenreformators Martin Luther.

Eine wahre Herausforderung für das Team von satis&fy-Projektleiter Andy Borgmann. Nicht gesanglich natürlich. Vielmehr ging es darum, die Vorgaben von Tonmeister Carsten Kümmel umzusetzen. Allein die Mikrofonierung des riesigen Chores war rekordverdächtig. Tontechniker Arnd Wagner gelang das Kunststück mit Hilfe von im Oberrang abgehängten drei Meter langen Alupipes. Das Monitoring erfolgte ebenfalls mit im Oberrang montierten Monitorlautsprechern.

So bekam jeder einzelne Chorteilnehmer auch wirklich eine Stimme. Und schließlich auch ein Gesicht. Denn damit das Publikum die voluminöse Künstlerschar auch in Aktion bewundern konnte, musste ein ausgewogenes Lichtkonzept her, das Lichtdesigner Michael Grundner verantwortete. Besonders heikel: Das Frontlicht für den Unterrang. Der auf einem Teil der Zuschauertribüne positionierte Chor musste in allen Rängen gleichmäßig ausgeleuchtet sein, auch im oberen Bereich des Unterrangs – und zwar von vorne. Die Lösung: 6er Bars mit Steelflex abhängen und an den 6er Bars mehrere Ianiro Fluter montieren und als homogenes Frontlicht nutzen. „Klingt sehr technisch, war es auch", sagt Andy und stellt klar: „Mit den künstlerischen Inhalten hatten wir nichts zu tun."

Das könnte sich aber vielleicht bald ändern, wenn satis&fy sich mit einem eigenen Chor gesanglich am Oratorium beteiligen würde. Denn im zweiten Schritt des von der Stiftung Creative Kirche in Witten zusammen mit der Evangelischen Kirche in Deutschland erdachten Gesamtkunstwerks ist eine Tournee im Jubiläumsjahr 2017 in acht Städte vorgesehen. Ein Ensemble aus professionellen Musical-Darstellern wird mittels Rückblenden und Ausblicken besingen, wie Luther um die biblische Wahrheit rang und gegen Obrigkeit und Kirchenfürsten kämpfte (Regie Andreas Gergen, Choreographie Doris Marlis).

Für jeden Aufführungsort wird ein Projektchor aus 1.500 bis 2.500 Sängern zusammengestellt. Die Teilnehmer, die nicht Mitglied der Kirche sein müssen, werden aktuell noch gesucht. Ob Privatperson, kirchlicher oder weltlicher Chor, ob Laiensänger oder Profi – jeder darf dabei sein. Also auch ein satis&fy-Chor! Also, liebe satis&fyler: Chor gründen und üben, üben, üben! *mf*

The sold-out premiere of the pop oratorio 'Luther,' a much larger-than-life recital commemorating the life and times of church reformer Martin Luther, took place on October 31 in Dortmund's Westfalenhalle. Featuring nearly 3,000 vocalists marshaled in 85 choirs, this colossal choral/musical was performed on a scale befitting the Reformation's upcoming 500th anniversary.

Even if satis&fy project manager Andy Borgmann's team wasn't called upon to join in with close harmonies, the gig still proved to be a daunting challenge. Sound engineer Carsten Kümmel faced some stringent demands, to put it mildly. Microphones had to be deployed in record numbers to capture all the many dulcet tones of a choir as huge as this. Sound engineer Arnd Wagner managed to accomplish this feat with three-meter aluminum rods suspended from the balconies. Speakers were also mounted to the upper tiers to serve as monitors for the performers.

While this sound system gave voice to every member of the enormous ensemble, lighting designer Michael Grundner had to come up with a concept that would enable the audience to see all the many faces in the vast crowd of artists. The headlights for the lower tier proved to be particularly tricky. With the choir situated in the mezzanines, it had to be illuminated from the front, uniformly across all tiers including the upper sections. The solution was to mount several Ianiro floodlights on six bars hoisted up on SteelFlex slings to provide uniform front lighting. "That sounds very technical, and it was," says Andy, adding, "We had nothing to do with the artistic content."

That could soon change if satis&fy decides to chime in with a choir of its own. This performance, conceived by the Witten Creative Church Foundation in collaboration with Germany's Evangelical Church, will be reprised in a 2017 quincentenary tour of eight cities. The narrative uses flashbacks and flash-forwards to reenact Luther's quest for biblical truth and struggle against authorities and church leaders. Featuring an ensemble of professional musical performers, the show is directed by Andreas Gergen and choreographed by Doris Marlis.

Some 1,500 to 2,500 vocalists are to be recruited for the project choir at each venue. Performers are still being sought; church membership is not a prerequisite. Church and secular choir members, amateur and professional singers, Average Joe and Ordinary Jane—anyone can join, even a satis&fy glee club. So, guys and gals at satis&fy, get your act together and start rehearsing. mf/tg

Pop-Oratorio 'Luther'— The Project of a Thousand Voices

Organizer: Creative Church Foundation, Witten
Authors: Michael Kunze, Dieter Falk
Technical project management: satis&fy
satis&fy services: Sound, lighting, projection equipment
Charity partner: CBM (Christoffel Blindenmission)
Project sponsors: Margot Käßmann, Eckart von Hirschhausen

Tour dates:

10/31/2015 Dortmund, Westfalenhalle 1 / premiere

01/14/2017 Hanover, TUI Arena

21/01/2017 Stuttgart, Porsche Arena

02/04/2017 Dusseldorf, ISS Dome

02/11/2017 Mannheim, SAP Arena

02/18/2017 Hamburg, Barclaycard Arena

03/11/2017 Halle, Gerry Weber Stadium

03/18/2017 Munich

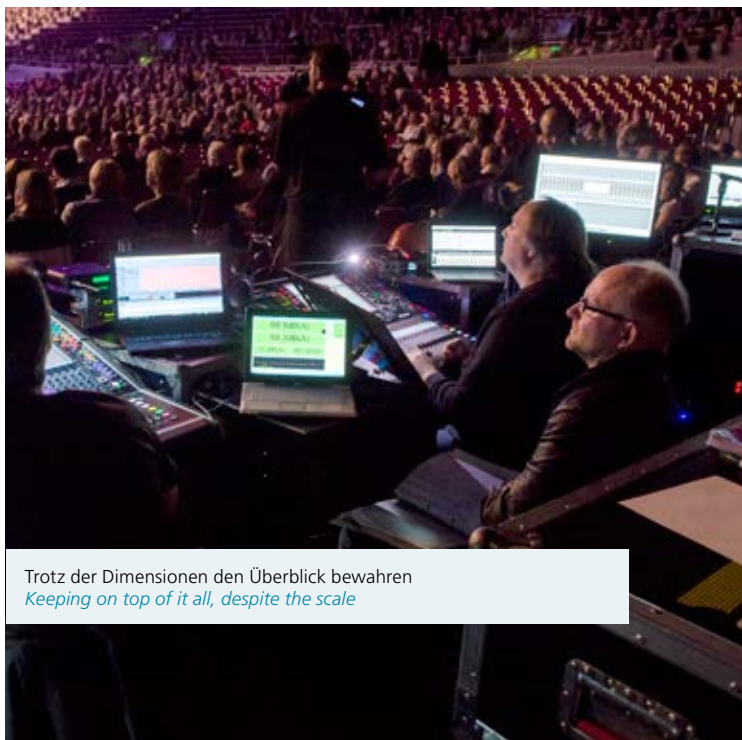
10/29/2017 Berlin, Mercedes-Benz Arena

Sign in to sing along at:
www.pop-oratorium-luther.de

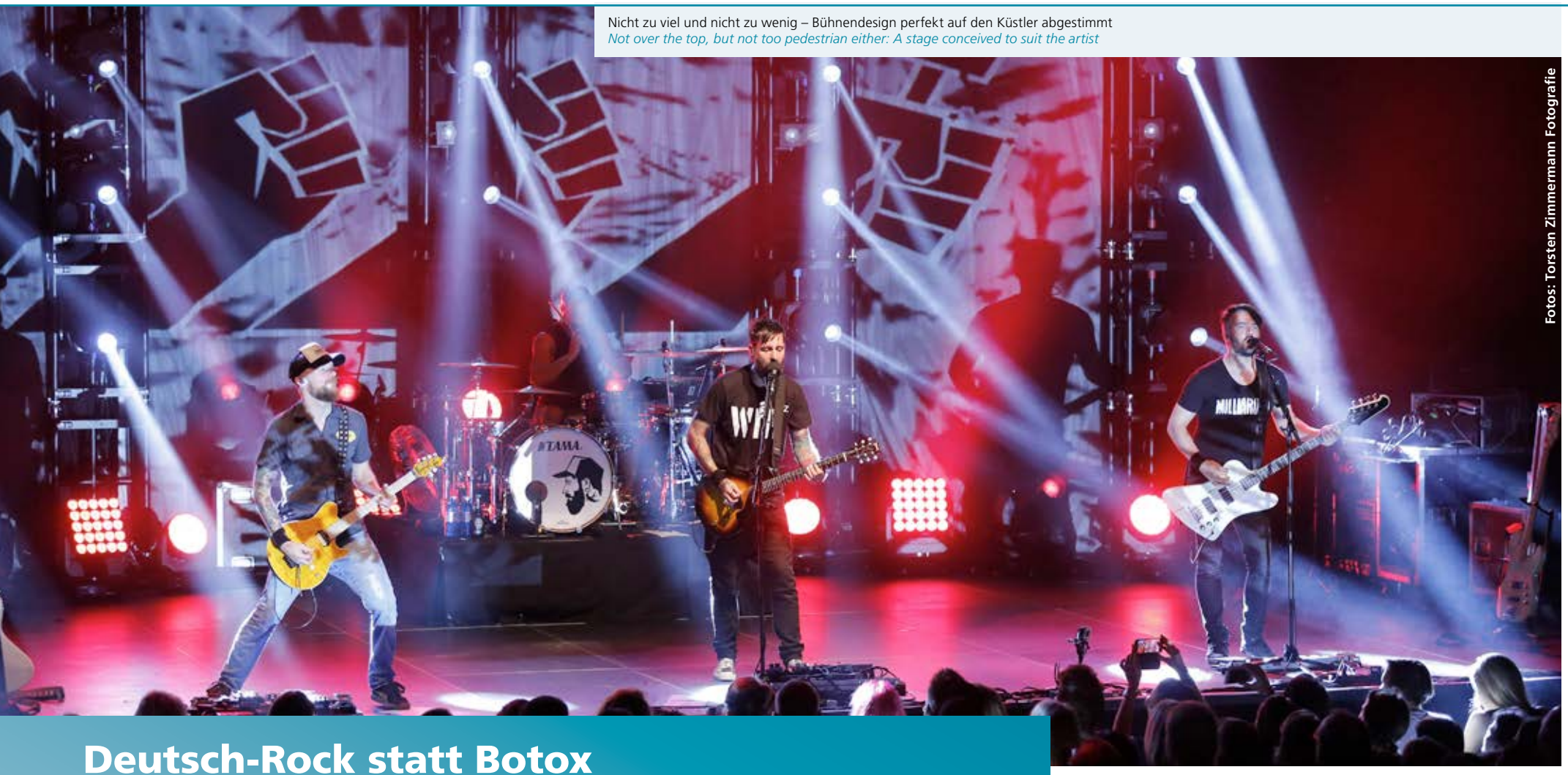
TICKER *Public Events*

Zum 25. Jahrestag der Deutschen Einheit projizierten der Konzeptkünstler Peter Zizka und das Atelier Markgraph mit zwei extrem hellen 4K-Christie-Boxer-Projektoren aus unserem Mietpark vielsagende Ossi-Wessi-Worte an die Außenwand der Paulskirche in Frankfurt. Die Aktion „Wortfusion" erfolgte im Auftrag des Kulturamts Frankfurt. +++ Selbst in Szene setzten sich dagegen die Akteurinnen der Wahl zur Miss Schweiz in Basel. satis&fy stellte Ton, Licht und Video (zusammen mit Cue Design, verantwortlich für das Bühnensetup).

Frankfurt's Cultural Office marked German reunification's 25th anniversary with an art event called 'Word Fusion.' Conceptual artist Peter Zizka and Atelier Markgraph sourced two very powerful 4K Christie Boxer projectors from our rental pool to throw an eloquent mash-up of East and West German lingo onto the outer wall of Frankfurt's grand St. Paul's Church. +++ Miss Switzerland candidates staged a grand happening of their own in Basel, with satis&fy furnishing lighting, AV and, along with Cue Design, the stage setup.



Trotz der Dimensionen den Überblick bewahren
Keeping on top of it all, despite the scale



Nicht zu viel und nicht zu wenig – Bühnendesign perfekt auf den Küstler abgestimmt
Not over the top, but not too pedestrian either: A stage conceived to suit the artist

Fotos: Torsten Zimmermann Fotografie

Deutsch-Rock statt Botox

Vom Glück, mit Daniel Wirtz auf Tournee gehen zu können

Germanic Rock: Better than Botox

About the Joys of Touring with Daniel Wirtz

Klare Musik, klare Botschaften, scharfe Sache – die Musik von Daniel Wirtz reißt alles ein, hinter ihm ein Trümmerhaufen aus Seelenschmerz und Lebensfreude. Beides kommt mit einer Wucht, die nicht jeden, aber fast alle irgendwie mitzieht. Das ist Musik-Therapie pur, live und direkt ins Herz. Die Bühne als Therapie-Couch. Aber natürlich braucht er jemanden, der zuhört.

Peter Seifert ist einer, der zuhören kann. Er arbeitet seit Jahren mit Gunther Hecker und dessen Karbener Firma Cue Design zusammen (siehe Interview, S. 10/11). Beide haben für die Wirtz-Tournee 2015 das Bühnendesign erdacht und in Kooperation mit satis&fy umgesetzt – natürlich in engster Zusammenarbeit mit Daniel. Denn, um das um den Musiker herum bauen zu können, was ihm gebührt, muss man sich dem typischen Wirtz-Sound erst einmal hingeben. Nicht zu viel, nicht zu wenig. Das ist und war die Aufgabe, wenn man als Eventausstatter mit dem Singer-Songwriter auf Tournee geht. Jeder einzelne Ton, jedes Wort, jeder Lichtstrahl soll schließlich mitten hinein treffen ins Ziel.

Kein Hochglanz, kein Glamour, keine Fassade – Wirtz bevorzugt nach eigenen Worten „dreckige Clubs", auch wenn es die vielleicht gar nicht mehr so häufig gibt in der Szene. Seit sieben Jahren ist der in Frankfurt lebende Künstler solo unterwegs, zuletzt mit seinem 2015 erschienenen fünften Album „Auf die Plätze, fertig, los". Bisher begnügte sich Daniel Wirtz für seine Bühnenshow mit einem Backdrop an der Rückwand, ein überdimensionales Plakat, das hinter den Musikern beleuchtet wurde – mit dem üblichen Licht. Da weiß jeder Zuschauer: Es passiert nix weiter.

Deswegen – und weil in diesem Jahr die Popularität von Daniel Wirtz mit der Teilnahme an der Sendung „Sing meinen Song" (Vox) enorm gestiegen ist – musste laut Eventspezialist Peter Seifert auch mit der Bühne was passieren: „Etwas, das sich von den anderen abhebt, aber auch etwas, das an allen Locations gleich aussieht, egal ob vor 300 oder 3.000 Leuten." Peter nennt den Musikclub Batschkapp in Frankfurt als Beispiel: „Normalerweise sieht die Bühne dort aus, wie sie aussieht. Du musst sie aber so gestalten, dass sich die Zuschauer nach dem Konzert an Daniel Wirtz erinnern, nicht an die Batschkapp."

Die Idee der Cue-Designer war, zwischen die fünf Tower hinter den Musikern vier Projektionsflächen zu hängen und mit vier Kameras Livebilder hinein zu projizieren. Mit Hilfe von Videoeinspielungen haben Gunther Hecker und Peter Seifert die Band unter anderem in ein Ambiente mit sanft im Wind wogenden Gräsern gestellt. Das war stilbildend, egal ob in Rostock oder in Frankfurt. Peter: „Daniel war schnell von unserem Design überzeugt, weil er gemerkt hat, wie gut man damit ganze Räume verändern kann."

Entscheidend: Nicht nur das Licht, sondern auch das ganze Set bildete eine Einheit. Die Zuschauer sollten merken: Genau das ist Wirtz! Dieses Vorhaben gelang und entwickelte sich für alle Beteiligten zum unvergesslichen Erlebnis. Peter: „Sechs Mann Crew, vier Mann Band und ein Mann Management wochenlang im selben Tour-Bus. Das war wie in alten Zeiten. Kein Kommerz – und ein Wahnsinnszusammenhalt. Da erfährst du vom Künstler alles, ob du das willst oder nicht!" Der erfahrene Bühnendesigner hat sich nach diesem Job nach eigenen Worten um zehn Jahre jünger gefühlt – nach dem Motto: Deutschrock statt Botox, Wirtz statt Schönheitschirurg, Livemusik statt Pillen! *mf*



Großer Künstler, große Bühne: Daniel Wirtz und satis&fy auf Tour
Towering artist, tremendous stage: Daniel Wirtz and satis&fy on tour

TICKER *Live Entertainment*

Auch wenn Sarah Connor auf ihrer „Muttersprache" Tour wie immer von innen leuchtete, freuten wir uns, ihre Show im Auftrag von Semmel Concerts mit Lichttechnik zu unterstützen. +++ Fast schon seit eh und je beliefern wir das (36.) Jazzfestival Leverkusen mit Beschallung und bauen den Groundsupport (Rigging). Seit 2013 stellen wir die Beleuchtung und in diesem Jahr lieferten wir nunmehr auch das Ambientelicht. +++ Exklusivauftritt von Robin Schulz im ewerk Berlin für entsprechend exklusive Freunde und Gäste von Toyota. Und satis&fy war mit exklusiver Technik dabei.

Although Sarah Connor was as radiant as ever on her 'Muttersprache' tour, we were still delighted Semmel Concerts hired us to handle the lighting for her show. +++ We've been providing audio, ground and rigging support to the Leverkusen Jazz Festival for ages, lighting since 2013, and this year also the ambient lighting for its 36th installment. +++ Robin Schulz put an exclusive performance for equally exclusive friends and guests of Toyota at Berlin's E-Werk. And satis&fy helped out with no less exclusive equipment.

Distinctive music, clear messages, razor-sharp delivery—Daniel Wirtz's music cuts through with an oddly compelling mix of soul-deep pain and triumphantly spirited tones that proclaim "life is meant to be celebrated." Both musical qualities hit audiences hard with a force that sweeps most everyone along. This is music therapy distilled to its essence—live and straight to the heart. The stage is a couch, the audience a therapist, and the artist a man who needs to be heard.

Peter Seifert is a good listener. He has worked with Gunther Hecker and his Karben-based company Cue Design for years (see interview, p 10). The duo came up with the set for the 2015 Wirtz tour and staged it with satis&fy with plenty of input from Daniel. The designer soon realized that they would have to immerse themselves into the trademark Wirtz sound to craft a set that does the artist justice; not too much, not too little—but just right. To do whatever it takes for every tone, every word, and every light beam to hit home. That's the perfect mantra for a production company hired to hit the road with this singer-songwriter.

Glitz, glamour, and pretense have no place in Wirtz's world. He's outspoken about his preference for the world's fast vanishing breed of "dirty clubs." The Frankfurt artist has been flying solo for seven years, dropping his fifth and most recent album 'Auf die Plätze, fertig los' [On Your Marks, Get Set, Go] in 2015. Until now, Daniel Wirtz was content with settling on a backdrop consisting of an oversized poster, illuminated by ordinary lights. A streamlined stage set-up makes a strong statement to everyone in the audience: that's all he and his musicians need to put on a show.

However, event specialist Peter Seifert says expectations were running higher after Daniel Wirtz made such a big splash this year with his performances on the VOX TV show 'Sing My Song'. It was time to step up the game with "Something that makes you stand out in the crowd, but looks the same in all venues—be it in front of 300 or 3,000 people." Peter points to the Batschkapp music club in Frankfurt as an example, "The stage there is what it is and looks the way it does. The challenge is to design a set that makes Daniel Wirtz's concert, and not the Batschkapp, stick in the audience's minds."

The Cue designers decided to stretch screens between the five towers behind the musicians to stream live images captured with four cameras. Gunther Hecker and Peter Seifert used video clips to cast the band in various settings; for example, prairie grass gently swaying in the breeze. These stylish accents set the tone in every venue—from way up north in Rostock to far out west in Frankfurt. Peter explains, "Daniel soon took a shine to our design when he saw how well it can change the vibe of entire rooms."

This set was either going to fly or flounder, depending on the strength of the lighting and props' cohesive look, feel, and visual message that shouted out to the audience, "This is Wirtz!" The plan panned out like a Hollywood script. "It was like the old times with a six-man crew, a four-man band, and one-man management on the same tour bus for weeks on end. Zero mercenary mercantilism, awesome team spirit. You learn all about an artist, whether you want to or not," quips Peter.

The veteran stage designer says he felt ten years younger after this gig. It appears that Germanic rock tops Botox, Wirtz works more wonders than a cosmetic surgeon, and live music beats popping pills any day. mf

Extrem straßentauglich

Unterwegs mit Nike auf der Street League Skate Tour 2015

Street Legal and Ready to Roll

Out on the Open Road with NIKE for the 2015 SLS Tour







Anprobieren, ausprobieren: Die meist jugendlichen Besucher sollten sich als Teil des Events fühlen.
Try 'em on; try 'em out: Getting the young crowd into the spirit of the event.

Fotos: Ben Draper

Sachen bauen für Nike – in unserer langjährigen Beziehung zu dem internationalen Sportausrüster ist das an der Tagesordnung. Displays und Regale etwa, die Flagship-Stores schmücken. Die Spezialanfertigungen müssen nicht nur absolut hochwertig sein und top aussehen, sondern auch der täglichen Beanspruchung standhalten. Die Anforderungen steigen, wenn es um Events, Sport-Meetings etc. geht. Jetzt kommt es zudem auf kurzfristige und problemlose Auf- und Abbaubarkeit an. Und auf perfektes Aussehen natürlich.

Noch anspruchsvoller wird es, wenn wir für eine Roadshow angefragt werden, wenn alles mehrfach auf- und abgebaut wird, auf Lkw oder in Container passen muss. Der maximale Schwierigkeitsgrad ergibt sich, wenn bei Konzeption und Bau zusätzlich berücksichtigt werden muss, dass nur winzig kleine Zeitfenster für Auf- und Abbau zur Verfügung stehen – weil zum Beispiel das öffentliche Leben nicht übermäßig beeinträchtigt werden darf. Willkommen bei der Nike SB Street League Skateboarding Roadshow!

Bei diesem Event begleitet Nike als Partner eine Skateboard-Competition-Tour für Professionals. Ziel ist es, dem jugendlichen Publikum vor und nach dem Wettkampf der Profi-Skater neue Schuh- und Bekleidungs-Produkte vorzustellen – mit der Möglichkeit, diese gleich in einem eigens dafür konzipierten Skatepark auszuprobieren. Die eigentliche Herausforderung bestand diesmal darin, dass Anprobieren und Ausprobieren draußen vor der Competition-Halle stattfinden sollten, meist auf öffentlichen Straßen, die dafür gesperrt wurden. Entsprechend groß der Druck der Behörden, alles in möglichst kurzer Zeit über die Bühne zu bringen. Für das Team von satis&fy LLC bedeutete das perfektes Timing und Arbeiten im Rekordtempo: 48 Stunden vor und 24 Stunden nach der VA hatten wir für Auf- und Abbau inklusive Verladen in drei große Container.

Das Areal war in zwei Zonen unterteilt: Product Engage Zone und Shoe Demo Area. Die Product Engage Zone wirkte wie ein überdimensionaler Schiffscontainer, der speziell angefertigte Podeste und Vitrinen zur Präsentation der neuen Nike SB Schuhmodelle beherbergte. Ein absolutes Highlight im Container war die von uns eingerichtete „digital interactive zone", wo Besucher mit ihrem Körper Projektions-Programmierungen steuern und damit spielen konnten.

In der Shoe Demo Area mit Check-in-Countern und mobilem Fan-Skatepark konnten die Kids die neuen Nike Modelle ausleihen und auf dem Skate-Parcours testen. Getreu dem Nike Motto: Skate every damn day! Auch die Counter im Barstyle waren Spezialanfertigungen von satis&fy LLC, ebenso die aufwändig gestalteten Schuhregale.

Gestresste und übernächtigte Gesichter bei den Mitarbeitern und Hilfskräften von satis&fy? Keine Spur. Alle waren von der Atmosphäre begeistert, der Auf- und Abbau wurde zu einem ganz eigenen Wettbewerb: „Für die 15 Mitarbeiter vor Ort war das Einhalten der Zeitpläne eine Art von Challenge, die nicht weniger Spaß gemacht hat", meint Joe Russell, Project Coordinator von satis&fy LLC. „Und das Beste daran: Wir haben jedes Mal gewonnen."

Ganz nebenbei: 11.7. Los Angeles, 23. 8. Newark NJ, 4.10. Chicago – dazwischen liegen circa 6.700 lange Meilen für Personal und Material. *wk*

JOB-FOCUS *Event Architecture*

Die Nike SB Street League Skate Tour 2015 war für satis&fy LLC bereits die dritte Veranstaltung dieser Reihe. Nike ist Premier Partner der Competition-Tour für Skate-Profis. Für uns ist es jedes Mal ein Projekt „out of the ordinary" – ein Fest für die Nerven, die hier ihre Zugbelastbarkeit zeigen können, und eine Olympiade für unsere Planungs-, Konstruktions- und Produktionsteams, die unter Beweis stellen, wie zielgerichtet und ergebnisorientiert sie arbeiten können. Spezielle Vorgabe diesmal: Die vor die Hallen ausgelagerte Fan-Activation-Area noch exklusiver und interaktiver gestalten. Die vorwiegend jugendlichen Besucher sollten sich als Teil des Events fühlen.

The 2015 Street League Skateboarding (SLS) NIKE World Tour was the third such event to be supported by satis&fy LLC. While NIKE is a seasoned premier partner on this pro tour, every outing is out of the ordinary for us. It's an Olympic trial for our planning, design and production teams, who relish every opportunity to demonstrate their ability to focus on a gig with laser-like intensity. And it's always a test of nerves and their capacity to stretch beyond their natural length. This year's mission came with a special twist. Our brief was to put an even more exclusive and interactive spin on the fan activation area outside the halls to get young event-goers in on the action.

The multinational sports goods and apparel company NIKE has been counting on us to build things like displays, shelves and other fittings that grace its flagship stores for years now. These custom builds not only have to look sharp and ooze quality; they also have to stand up to the daily wear and tear of heavy use. The same goes for furnishings for events, sports meetings and the like. Of course, utility becomes a matter of necessity rather than a luxury on the road, so these items also have to be engineered for speedy assembly. A crew that's out on the circuit needs gear that can be set up and torn down on the double.

The design brief for a roadshow is even more demanding. Everything that gets assembled and dissembled at every stop has to be made to fit on trucks or in containers. Designers and builders also have to factor the window of opportunity for setup and take-down into the equation. It's often tiny so as to avoid inconveniencing the public. And this is not just any roadshow; it's the world's premier street skateboarding event.

As the title sponsor of this touring competition, NIKE affords kids the opportunity to discover new footwear and apparel before and after the pros compete. They can try out this gear straightaway on a specially designed skate park. This proved to be a particularly tricky logistical challenge, seeing as how all this was to take place outside the competition venue, mostly on public thoroughfares that had been cordoned off. Keen to get the show on the road posthaste, the installed by our crew, where visitors could trigger and manipulate the video action with their bodies.

NIKE's 'Skate every damn day!' tagline sounded like an invitation to the kids who signed out NIKE models from the check-in counters for a test run on a specially designed course in the shoe demo area's mobile skate park. The bar-style counters and stylish shoe racks were bespoke builds crafted by satis&fy LLC.

One would expect to have seen haggard faces and bleary eyes among the satis&fy staff and assistants, but there wasn't a trace of fatigue in sight. Swept up in the contagiously competitive spirit of the event, the crew took up the gauntlet and staged a little contest of its own. "Sticking to the schedules was no less challenging and just as much fun for the 15 staff on site," says Joe Russell, project coordinator at satis&fy LLC. "And the best part is we won every time."

Logging some 6,700 miles to be in Los Angeles on 7/11, Newark on 8/23, and Chicago on 10/4, the crew and equipment even managed to squeeze in a rigorous cross-country endurance trial. wk/tg

TICKER *Event Architecture*

Space Odyssey 2015! Ein Planet stand im Mittelpunkt der MCM-Flagshipstore-Eröffnung auf der Frankfurter Goethestraße. Jens Hübner (stagedesign) und wir haben das planetare, drei Meter große Objekt im Auftrag der Opium Effect GmbH entworfen und im Frankfurter MCM-Store installiert. +++ Nicht interstellar, sondern doppelstöckig war der Messeauftritt von Ergo Direkt auf der DKM in Dortmund. Die Live-Marketing-Agentur Kalle Krause und wir haben die innovative Ergo-Messe-Präsentation geplant und umgesetzt.

Space Odyssey 2015: A planet featured prominently in the MCM flagship store opening on Frankfurt's Goethestraße. We teamed up with Jens Hübner of stagedesign to design the three-meter planetary object on behalf of Opium Effect, and installed it in MCM's Frankfurt shop. +++ Why go interstellar when a double-decker will do? ErgoDirekt's innovative, two-storey showcase at Dortmund's DKM fair was designed and implemented in collaboration with the live event marketing agency Kalle Krause.







Fotos: Anna Imm

Live-Acts im Gibson: ein Fest für Augen und Ohren, nicht zuletzt dank satis&fy-Licht- und-Soundtechnik
Live acts in the Gibson: A feast for the eyes and ears, spiced up with satis&fy's lighting and sound

Die Matrix verändern

Das Gibson setzt die Maßstäbe in der Clubszene

Remodeling the Matrix

The Gibson, Setting the Club Scene's Standard

Den Gibson Club gibt es seit etwas mehr als drei Jahren, die partnerschaftliche Beziehung mit satis&fy als Technikprovider geht ebenfalls ins vierte Jahr. Vom Problembeseitiger zum Visionsumsetzer, darin sind sich satis&fy-TL Tobias Holler und Gibson Inhaber Madjid Djamegari einig, so lässt sich der Rollenwandel von satis&fy im Rahmen der überaus erfolgreichen Kooperation beschreiben.

„Beeindruckend, außergewöhnlich – ausbaufähig", so der Eindruck von Tobias bei seinem ersten, damals noch privaten Besuch im Club, und dann die Frage: „Warum ist satis&fy nicht mit an Bord?" Der Kontakt zu Madjid kam über einen gemeinsamen Freund, Wolfgang Lücke von der Musikmesse, zustande, die Wellenlänge stimmte und schon war man mittendrin in der Welt des Gibson. In der Anfangsphase ging es zunächst „nur" um fachkundiges Fine-Tuning des hauseigenen Soundsystems. Eine Feuerprobe, in der satis&fy mal eben alles umprogrammierte und mit kleinen, feinen Details aufpeppte, um den Sound leichter bedienbar zu machen und der Vielseitigkeit des Clubs anzupassen. Damit hatte man sich aneinander herangetastet, neue Aufgaben standen an.

Mit den Erfahrungen aus Live-Entertainment-Projekten wie Rock am Ring war satis&fy genau der richtige Partner für das von raschen Wechseln geprägte Konzept des Clubs. Umbauen wird seit jeher bei satis&fy wie ein F1-Boxenstopp trainiert.

„Wir haben uns getraut, in die innersten technischen Strukturen einzugreifen, quasi die Matrix zu verändern – mit hörbarem Erfolg", sagt Tobias. Für Madjid sind die Techniktüftler aus Karben genauso verrückt wie er selbst, der nach eigener Aussage nicht 100, sondern 120 Prozent optimiert: „Ich brauche Leute um mich, die meinen Enthusiasmus teilen, die detailverliebt sind wie ich, die von sich aus die Extra-Meile gehen und mir neue Möglichkeiten öffnen."

„Ich führe einen Club von internationalem Ruf, das Publikum hat das Recht, immer etwas signifikant Neues zu erwarten, weswegen wir regelmäßig neue Ideen verwirklichen", sagt Madjid, der heute bereits darüber nachdenkt, was er in drei Jahren anders machen will. Gerade eben wurden Licht und hochauflösende LED-Wand erweitert, die Tanzfläche mit einer Batterie von LED-Stäben optisch eingefasst und neue Sitzgruppen in ehemaligen Stehbereichen eingerichtet. Auch die Bühnensituation wurde verändert, sie ist jetzt mit einer Super-VIP-Lounge bestückbar. Dadurch sind noch mehr Szenarien denk- und umsetzbar – ein wichtiges Argument bei Sonderveranstaltungen, wie sie große Unternehmen gerne im Gibson zelebrieren.

Madjid schätzt satis&fy als verlässlichen Counterpart, der seine Visionen technisch auslotet, auf ihre Machbarkeit hin durchdenkt und konsequent bis an die Grenzen des Möglichen realisiert. „Hier kommt uns das satis&fy Konzept der One-Stop-Solution sehr entgegen, dank derer wir alle Aspekte ausgiebig sondieren und durchtesten können", meint Tobias. „Gleich um die Ecke in Karben haben wir ein Warehouse voll mit Technik vom Allerfeinsten." Und Madjid: „Ich höre höchst ungern ein 'Geht nicht'. Nein akzeptiere ich nur von absolut kompetenter Stelle, also nur von satis&fy."

Das Gibson bewegt sich aktuell am absoluten Limit dessen, was geht, ist State-of-the-Art, in Deutschland Nummer eins, international bekannt und geschätzt. Gerade deshalb muss der Club regelmäßig Dinge verändern, neue Dimensionen erschließen, um attraktiv, um ganz vorne zu bleiben. Aktuell denkt Madjid darüber nach, wie er mit diesem einmaligen Kompetenzenmix außerhalb der Clubwände punkten kann. Die Rede ist von Pop-up-Joints und Zwischennutzung von Locations. Man darf gespannt sein, was aus dieser Verbindung noch alles hervorgeht. *wk*

The Gibson Club has been in business for just over three years—its successful alliance with satis&fy now heading into its fourth year. In that time satis&fy has gone from equipment provider and problem solver to a mover and shaker that puts creative visions into action, according to satis&fy TL Tobias Holler and Gibson proprietor Madjid Djamegari.

„Impressive, extraordinary, lots of potential"—those thoughts crossed Tobias' mind on his initial visit to the club, quickly followed by the question, „Why isn't satis&fy on board?" On that night, he was just another club-goer, but that changed when a mutual friend, Musikmesse's Wolfgang Lücke, put him in touch with Madjid. The rapport between manager and techie was instant, and satis&fy was soon immersed in the world of Gibson.

The first chore, fine-tuning the in-house sound system, was more practical than conceptual. satis&fy's techies handled it the way they tackle every task—with a toolbox full of expertise and excellence in mind. The crew revamped the PA to make it easier to use and more versatile for the club's diverse events; this broke the ice, and more jobs soon followed as the crew and club staff warmed up to each other.

With experience staging major projects such as Rock am Ring and a training regimen that involves setting up and tearing down rigs with the focus and speed of a Formula One pit stop crew, satis&fy was the perfect partner for a club that is always reinventing itself.

„We dared to perform invasive surgery deep in the technical infrastructure, changing the matrix with audible success," says Tobias. Madjid believes the techies from Karben are just as obsessive as he is—and this is coming from a man who puts 120 percent into perfecting projects. „I need people around me who share my enthusiasm, my love of details; who proactively go that extra mile and open up new possibilities for me."

„I run a club with an international reputation, and the audience has the right to always expect something very different, which is why we're always developing new ideas," says Madjid, who's already looking three years into the future. Just recently the lighting system and high-definition LED wall was extended, the dance floor fenced in with a battery of LED rods, and new seating installed in what was once a standing only room. The stage can now be retrofitted with a stunning VIP lounge to extend the range of entertainment capabilities—a key selling point for special events such as the corporate extravaganzas often hosted at the Gibson.

Madjid values satis&fy as a reliable ally with the acumen and skill to stretch the feasibility of his visions to the very limits of what's technically possible. The crew is able to think through every scenario, and put many concepts into action that initially seemed inconceivable. „satis&fy's one-stop solution is a big help to us because we can explore and thoroughly test every aspect with a warehouse full of the finest gear just around the corner at Karben," says Tobias. Madjid adds, „I don't like being told that something can't be done. I'll only take ‚no' for an answer when it comes from an absolute authority, and that means from none other than satis&fy."

The Gibson is on the cutting edge of nightclub entertainment; Germany's number one club is an international attraction, widely appreciated beyond national borders. And that's why it has to keep changing things up—pushing the boundaries of possibility to continue leading the pack. Madjid is now thinking about how to take this unique combination of skills beyond the confines of the club with pop-up joints and temporary venues. What will we see from this alliance next? wk



Foto: Rüdiger Flörcks

Gibson Macher Madjid Djamegari und TL Tobias Holler vor einem Bild des Ur-Gibson
Gibson impressario Madjid Djamegari and TL Tobias Holler in front of a pic of the original Gibson



So sieht es aus, wenn jemand seinen Job liebt: Unsere Chefin der Schneiderei.
A woman who clearly adores her job: Our head seamstress

Fotos: Ingo Haverich, satis&fy

Vorhang auf – und runter mit den Schuhen

Berge von Stoff und dazwischen eine kleine Frau – großartig

Up with the Curtains, Off with the Shoes

Little Woman, Big Job

Es gibt viele Möglichkeiten, Menschen zu begrüßen. „Schön, dass du da bist!", sagen die einen. „Setz dich doch!", die anderen. Ljudmila Skidmore sagt: „Runter vom Teppich!"

Mit dem Bodenbelag an ihrem Arbeitsplatz in Werne ist die Schneiderin eigen – die Arbeitsschuhe der Kollegen haben darauf nichts verloren. „Das muss sein", sagt sie bestimmt. „Hier arbeite ich schließlich mit den Stoffen." Ljudmila ist die ungekrönte Königin über alles, was bei satis&fy mit Stoffen zu tun hat. Sowohl die Herstellung und Konfektion von passgenauen Textilien für Verkleidungen oder Vorhänge, als auch die Reinigung und Verwaltung der gebrauchten Stoffe sind ihr Metier. Von Werne aus macht sie so alle Standorte glücklich – gerade ist ein Auftrag aus Portland eingetroffen.



Big love: Ljudmila Skidmore und ihre Nähmaschine
Big love: Ljudmila Skidmore and her sewing machine

Ihr Reich ist mit 20 auf 20 Meter so groß wie der Proberaum in Werne, und Ljudmila kennt jede Fluse im Raum mit Namen. Seit 15 Jahren fertigt sie hier Vorhänge; und wer ihr dabei zuhört, wie sie über ihren Job erzählt, weiß, wie es ist, wenn Mensch und Beruf zusammenpassen wie Schlüssel und Schloss.

Dabei begann alles ganz anders. Die aus Kasachstan stammende Ljudmila lernte Kinderpflegerin und Erzieherin und liebte die Arbeit mit Kindern über alles – bis sie eines Tages eher zufällig an einer kleinen Nähmaschine einen Minirock nähte. Heute würde man den Zusatz „Mini" für ihre Kreationen nicht unbedingt gebrauchen. „Ein Vorhang a 12 x 8 Quadratmeter, das ist ein gutes Format, mit dem ich gern arbeite", sagt die 1,54 Meter große Schneiderin, die regelmäßig mit Stoffballen hantiert, die schwerer sind als sie selbst. Und wie um alles in der Welt reinigt man so eine Menge Stoff? „Mit der Hand natürlich", sagt Ljudmila und wundert sich ein bisschen über die Frage. Denn fast alles, was sie tut, ist Handwerk. Das Entflusen der riesigen Stoffbahnen, die aus Brandschutzgründen nicht nass werden dürfen, das Einbringen der Ösen und überhaupt jede Naht. „Für einen aufwändigen Raffvorhang kann man mit 120 Stunden Arbeit rechnen. Aber das Ergebnis macht einen dann auch sehr stolz!"

Der Rest ist Kopfarbeit. Zum Beispiel die kreative Umsetzung eines gigantischen Totenkopflogos für „Die Ärzte" – von einer CD-Cover -großen Vorlage. Oder die richtige Berechnung von Stretchstoffen, eine knifflige Aufgabe. Oder die Überlegung, bei welchem der Lieferanten, die sie alle persönlich kennt, man das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bekommt. Unter Umständen kann auch ein gebrauchter Vorhang das Passende sein. „Für ein Festival ist ja eine Top-Gala-Qualität gar nicht sinnvoll, deshalb reparieren wir alles, es kann noch mal eingesetzt werden, weggeworfen wird bei uns erst einmal nichts", sagt Ljudmila, die immer genau weiß, was sie auf Lager hat. Jede Palette fände sie blind, ob Molton, Nessel oder Samt. „Der sieht natürlich immer toll und edel aus", findet sie und fügt streng hinzu: „Wenn man ihn richtig behandelt." Als wäre ein Samtvorhang ein traumatisiertes Hündchen, das größter Liebe bedarf.

Aber so klingt es eben, wenn jemand seinen Job als Berufung versteht und über sein Arbeitsgerät spricht wie andere über ihr Traumauto. „Die schönste und beste Nähmaschine der Welt" gehört ihr selbst. Ljudmila gehört seit fast 15 Jahren zum satis&fy Team. An satis&fy mag sie besonders die Vielfalt der Herausforderungen. Der sie täglich bestens gerüstet entgegensieht: „Mich kann man nicht überraschen!" *hs*

"Good to see you." "Pull up a chair." There are many ways to greet a visitor, but Ljudmila Skidmore's is a bit unorthodox—"Get off my rug."

This seamstress is a touch particular about the carpet at her workplace, and its confines are off limits to colleagues' work shoes. "That's the way it has to be," she says firmly, "after all, this is where I work with fabric." Ljudmila is the uncrowned queen of all things textile at satis&fy; her forte is tailoring material for coverings and curtains, although she also manages and makes sure the inventory of used fabrics is kept clean. Her realm is in Werne, but her reach extends to all sites, as the team in Portland would confirm—and her power to make clients happy travels equally well.

Her 20-by-20-meter dominion is as big as Werne's rehearsal hall, but Ljudmila knows every swatch in it by name. She's been crafting curtains in it for 15 years, and to listen to her speak about her job is evidence that this woman is doing exactly what she was meant to do.

Ljudmila, a native of Kazakhstan, initially started off on a very different career path—a kindergarten teacher. She loved working with kids above all else until the pivotal day she pieced together a mini skirt on a small sewing machine. These days, though, there's nothing 'mini' about her work. "A 12-by-8 meter curtain is a good format I like working with," says the seamstress. Standing just 1.54 meters tall, she routinely handles bolts of cloth that outweigh her. How on earth do you clean a drape of that size? "By hand, of course," says Ljudmila, somewhat mystified by the question. Almost everything she does, she does by hand—removing lint from huge bolts of cloth, fitting eyelets, stitching every seam. Fire code rules out cleaning fluids and damp cloth, so "You can expect a fancy tableau curtain to give you 120 hours of work. But the result is something to be proud of!" she explains.

The rest is creativity; sometimes she has to figure out how to make emblems such as a gigantic skull logo for Die Ärzte based on a tiny picture that fits on a CD cover. Taking measurements for stretch fabrics is another tricky task—not to mention having to consider which of the many suppliers, all of whom she knows personally, will give her the best deal.

Sometimes a used curtain is the best way to go. "It doesn't make sense to roll out premium-quality gala gear at a festival. That's why we fix everything—so it can be reused. Nothing gets binned without a second look," says Ljudmila. She always knows exactly what's in stock and where to find every pallet of commando cloth, muslin, or velvet. "That always looks sharp and classy," she says while surveying a velvet curtain, adding sternly—"if you treat it right."

Ljudmila speaks as if the fabric were a traumatized puppy in need of TLC—but that's just the way people brimming with passion for their work speak, and Ljudmila certainly talks about her work as if it's a vocation and not just a job. When she says, "It's the best, most beautiful machine out there," she's not talking about the sports car of her dreams, she's referring to her beloved sewing machine.

Ljudmila, who belongs for nearly 15 years to the satis&fy team, relishes the diversity of challenges at satis&fy, and is ready to tackle whatever task comes her way: "You can't surprise me!" hs



Rock 'n' Roll von der Rolle
Rock right off the roll

INTERVIEW

Geschichten aus Licht
Oder warum ein Lichtdesigner mehr ist als ein Lichtdesigner

Stories Spun with Light
Or Why There's More to Light Design than Illuminating Stages

Das Büro strahlt sachliche 80er-Jahre-Coolness aus. Die Räume breiten sich im Erdgeschoss eines Wohnhauses auf dem satis&fy-Gelände in Karben aus, in dem bis vor wenigen Monaten noch eine sehr betagte Dame ihre letzten Lebenstage verbrachte. Sie ist friedlich eingeschlafen – zuhause, erzählt Peter. Diese Anekdote zeigt gleich zu Beginn des Interview-Termins, dass Gunther Hecker und Peter Seifert sich Gedanken über das Leben machen, insbesondere natürlich über Leben und Wirken ihrer Kunden, meist Musiker, die sie mit der Firma Cue Design betreuen. Die beiden preisgekrönten Lichtartisten wollen mit ihrer Arbeit und Kunst nicht nur dienstleisten, sie wollen Geschichten erzählen – fast wie im Theater.

The office exudes an '80s vibe—although with an air of cool sobriety rarely associated with the decade. The rooms are on the ground floor of a residential building on satis&fy's Karben premises, where just a few months ago a very old lady spent her last days. As Peter tells it, she went peacefully, fast asleep in her home. This little anecdote serves as a nod to the fact that thoughts about life are very much on Gunther Hecker and Peter Seifert's minds—especially the lives and livelihoods of musicians and clients that their company Cue Design serves. And these two award-winning lighting artists not only want to provide a service with their work and art; they want to strut and fret their stuff, telling tales with a theatrical flourish.



Mit Licht Geschichten erzählen. Wie kommt man denn dazu?
Gunther: Ich kam ja vom Theater, war dort Beleuchter, kannte also das Material und wusste es einzusetzen. Dann habe ich in dem Zusammenhang Günter Jäckle kennen gelernt, damals schon einer der Stars unter den Lichtdesignern, mit Kunden wie Ideal, Nina Hagen und Peter Maffay. Er war quasi mein Ziehvater bis Mitte der 90er Jahre. Mit ihm habe ich meine ersten großen Dinger gemacht, Grönemeyer, Carreras, Westernhagen, Lindenberg etc.

Peter: Es gab ja damals keinen Ausbildungsberuf. Da hieß es: „Junger Mann zum Mitreisen gesucht." So hat man es dann gelernt.

Gunther: Mit Günter Jäckle habe ich bis 1998 zusammengearbeitet. Danach habe ich die Firma „Planquadrat" in Mannheim gegründet. Da war Xavier Naidoo mit dabei. Wir haben das Booking und die technische Realisation für die Söhne Mannheims und Xavier gemacht. Es ging nicht so sehr ums Gestalten, eher um Organisation, Budgetkontrolle, das ganze Business. Gelernt habe ich viel, aber es hat mich künstlerisch und gestalterisch nicht gefordert. Deshalb war ich froh, dass nach sieben Jahren Schluss war.

Und was kam dann?
Gunther: Ich habe ganz eigenständig nur noch Gestaltung angeboten. Damals noch auf dem Gelände von satis&fy in Werne. Da kannte ich viele aus meiner Arbeit in der Eventszene. So ist auch die gute Kooperation mit den Leuten in Karben entstanden. Und dann, Ende 2012, hat mir Nico Ubenauf angeboten, hier neben dem satis&fy-Hauptgebäude ein Büro zu beziehen.

In eigener Regie?
Peter: Ja, zum 1. Januar 2013 ist die Firma Cue hier in diesem Haus gegründet worden.

Gunther: Das ist für beide Seiten praktisch, heißt aber nicht, dass wir uns immer gegenseitig engagieren. Eine Kooperation liegt aber natürlich nicht nur örtlich nahe.

Und wer ist heute Cue Design?
Peter: Die Firma Cue = Gunther Hecker. Er ist der Künstler. Die Leute rufen ihn an, weil sie seine Ideen wollen. Die wissen genau, dass er immer etwas Besonderes liefert. Weil er radikal ist. Aber er braucht halt die Leute drum rum, die das auf die Füße stellen.

Gunther: Die Leute buchen uns, weil wir realistisches Lichtdesign machen und es technisch auch umsetzen können, bis es wirklich in der Halle hängt.

Kann man euch als Lichtkünstler bezeichnen?
Gunther: Wir können nicht arbeiten wie Künstler. Wir sind immer an Vorgaben und Budgets gebunden. Für Künstler ist ein Lichtdesigner ein Techniker und für Techniker ist ein Lichtdesigner ein Künstler. Tatsächlich sind wir genau mittendrin. Wir machen künstlerische Gestaltung. Es gibt Aufträge, da erfüllst du lediglich die Vorgaben. Manchmal kommen Leute, die einfach sagen: „Mach mal!" Da ist es eher die Kunst, auszuloten, was ein solches Projekt kosten darf.

Peter: Genau. Großartige Designs kann im Grunde jeder machen. Unsere Kunden schätzen, dass sie eine konkrete Zahl kriegen, die am Ende auch noch steht.

Gunther: Es gibt auch Kunden, die machen eine Ausschreibung. Wer das beste Preisleistungsverhältnis liefert, bekommt den Job. Vielleicht 20% davon sind Gestaltung.

> Das Wichtigste ist, zu wissen, was der Künstler will, wie er sich selbst sieht. Jeder hat natürlich eine andere Vorstellung.

Das alles nennt sich aber Lichtdesign?
Peter: Lichtdesigner ist eigentlich das falsche Wort. Gunther kümmert sich auch um LED-Wände, Bühnen, Podeste oder darum, wo die Kameras stehen. Ich würde das eher Showdesign nennen, das Lichtdesign alleine macht nicht mehr als ein Fünftel aus.

Wofür benutzt ihr Kameras?
Peter: Meist für Kamera-Livebilder, die, teils verfremdet beziehungsweise bearbeitet, auf Leinwänden ausgestrahlt werden. Der Showdesigner ist auch hierfür verantwortlich. Alle Inhalte stammen von uns. Wir programmieren und bearbeiten alles inhouse.

Schildert doch mal, wie so ein Auftrag abläuft!
Peter: Daniel Wirtz zum Beispiel. Der war in diesem Sommer Vorband bei Xavier Naidoo. So haben wir ihn kennen gelernt. Er fragte, ob wir uns auch für seine Tour das Design ausdenken könnten. Wir haben uns was ausgedacht, es gerendert, gerechnet und berechnet, was finanziell geht. Daniel kam hier vorbei und wir haben ihm das Rendering vorgestellt. Es ging dann drei, vier Wochen hin und her. Schließlich haben wir es mit wenigen Änderungen auch so realisiert. Und dann sind wir auf Tour gefahren.

Wie läuft im Allgemeinen die Koop mit dem Künstler?
Gunther: Das Wichtigste ist, zu wissen, was der Künstler will, wie er sich selbst sieht. Jeder hat natürlich eine andere Vorstellung. Beispiel: Für 40 Jahre BAP musst du was anderes machen als für Fanta4.

Und wie kommen euch die Ideen?
Peter: Das ist immer anders. Gunther fallen oft Dinge ein, wenn er Auto fährt, mir eher kurz vor dem Einschlafen. Bei Daniel zum Beispiel haben wir uns erst einmal die Hallen angeschaut, auch die kleinen Clubs, wo er herkommt, was er für einen Stil hat. Dann überlegt man erst. Das ist eine Art Prozess, der manchmal fast unbewusst abläuft.

Und wenn was nicht geht?
Peter: Bei Gunther darf man nie sagen: „Geht nicht!"

Gunther: Neulich haben wir eine Lampe bauen lassen, weil es das nicht gab, was dem Design entsprochen hätte. Da mussten wir erstmal einen finden, der uns das macht, und trotzdem die Finanzierung im Rahmen halten.

Peter: Das Beispiel zeigt, dass man für die Umsetzung der kreativen Prozesse auch technisch ein gutes Verständnis haben muss.

Was ist eigentlich eine gute Idee?
Gunther: Auf keinen Fall wollen wir Klischees bedienen. Das Entscheidende ist, wenn dich das Ding emotional abholt. Da reichen manchmal drei, vier Bilder. Und der Künstler muss sich darin genau wiederfinden.

Klingt wie eine Art Dramaturgie?
Gunther: Am besten du hast vier Momente, wenn du eine Show gestaltest. Das erste Bild ist entscheidend, die Ouvertüre, ein Bild das gut ist, aber nicht so gut, dass du schon alles Pulver verschossen hast. Etwa in der Mitte der Show musst du wieder etwas Besonderes bringen. Und gegen Ende musst du ein Bild setzen, mit dem die Zuschauer absolut nicht rechnen, das haften bleibt. Wenn du es schaffst, zur Zugabe noch einen draufzusetzen, hast du es gut gemacht.

Ihr seid schon sehr lange im Geschäft, steht ihr trotzdem noch unter Strom?
Gunther: Wir sind schon richtig bescheuert, was das betrifft. Wir geben sogar unseren Gewinn manchmal für den Effekt her. Aber wenn du nicht idealistisch denkst in diesem Job, dann fragst du dich nach dem zweiten Tag: Was mache ich eigentlich hier? Trotzdem: du musst schon kapieren, dass das alles nicht nur ein großer Spaß, sondern ein hartes Geschäft ist.

Peter: Du musst halt besser sein als die anderen, wenn du dran bleiben willst. Du kannst also nicht nur den Job machen, du musst über

den Tellerrand gucken, dann findest du Nischen, sonst bleibst du nur einer von vielen. Und vor allem musst du eine Persönlichkeit mit einbringen, Sicherheit in deiner Haltung, Überzeugungskraft. Nur so haben Leute wie Herbert Grönemeyer auch Vertrauen zu dir. Der muss sich zu 100% auf dich verlassen können. Gut, wenn die Kumpels oder die Kritiker sagen, das ist okay, was du machst, aber letztlich zählt die Meinung des Künstlers.

Und jahrelange Erfahrung.

Peter: Ich habe ´99 bei PUR den Techniker gemacht und zehn Jahre später das Design beim Nürburgring. Dazwischen lag viel, viel Erfahrung, kleinste Clubs, nicht nur die großen Namen.

Gunther: Im Lauf der Jahre passieren eben genau die Sachen, aus denen du lernst, die Erfahrung ziehst, seien es Stromausfall, Technikprobleme oder Wetterchaos. Du wirst einfach gelassener, was dazu beiträgt, immer das noch Bessere rauszuholen. Das weiß auch die Band, sie ist uns ja ausgeliefert. Die können nur sagen: „Ey, die machen das schon!“ Außerdem kannst du dich nicht gegen alles absichern.

Und die Zukunft?

Peter: Wir dürfen uns auch in Zukunft trotz aller Erfahrungen nie überschätzen. Immer auf dem Boden bleiben. Und trotzdem Idealist sein. Denn im Endeffekt interessieren sich die Zuschauer für den Künstler. Wir sind ein gutes Beiwerk, sodass alles zusammen eine gute Show ergibt. Wenn der Künstler gut ist, ist auch die Show gut und wenn der Künstler versagt, versagt auch das beste Bühnendesign.

How did you end up spinning stories with light?

Gunther: My roots are in the theater where I was lighting technician, so I know the equipment and how to use it. Later I met Günter Jäckle, a star among lighting designers with clients such as Ideal, Nina Hagen, and Peter Maffay. He was something of a mentor to me until the mid-'90s. I did my first big gigs such Grönemeyer, Carreras, Westernhagen, Lindenberg, and the like with him.

Peter: Back then there was no formal way of learning the trade. You answered the call for a young man who was willing to hit the road, and then you learned the ropes.

Gunther: I worked with Günter Jäckle until 1998—then I set up a company called Planquadrat in Mannheim. Xavier Naidoo was on board for that. We did the booking and provided technical support for Söhne Mannheims and Xavier. This gig was less about creativity and more about organization, budget management, and the whole business end of things. I learned a lot, but it wasn't artistically and creatively challenging. That's why I was glad that it ended after seven years.

What came next?

Gunther: I went totally independent, offering nothing but design services. At the time, I was based out of satis&fy in Werne. I knew a lot of people there from working in the events scene, and that's how the collaboration with the folks at Karben came to be. In late 2012, Nico Ubenauf offered me the opportunity to move into an office next to satis&fy's main building at the Dögelmühle in Karben.

On your own initiative?

Peter: Yes, Cue Design was founded right here in this house on January 1, 2013.

Gunther: It's a convenient situation for both sides. That doesn't necessarily mean we always hire each other but, of course, it makes sense to work together and not just because we happen to be close by.

So who is Cue Design today?

Peter: Cue equals Gunther Hecker. He's the artist. People call him because they want his ideas. They know that he always delivers something special—because he's radical. But he needs people around him to make these things happen.

Gunther: People book us because we do realistic lighting designs and have the technical skills to get those rigs hoisted in the venues.

Could you be called lighting artists?

Gunther: We can't work like artists do. We're always confined to specifications and budgets. An artist sees a lighting designer as a technician; technicians see a lighting designer as an artist. We're smack dab in the middle. We come up with artistic designs. There are jobs where all you do is meet the specifications. Sometimes people come to us and simply say: 'Just do what you do!' In that case, the art is more about figuring out how much the customer wants to spend on the project.

Peter: Exactly. Practically anyone can come up with great design. Our customers appreciate that they get a rock-solid quote that holds up in the end.

Gunther: There are also customers who invite you to tender. Whoever delivers the best value for the money gets the job. Maybe 20% of that is actually about design.

But why is it called lighting design then?

Peter: 'Lighting design' is really the wrong term. Gunther also handles the LED walls, stages, platforms, and camera placement. I'd call it show design because lighting design accounts for no more than a fifth of the work.

> *The most important thing is to know what the artist wants and how they see themselves. Of course, everyone has different ideas about that.*


Foto: Cue Design


Foto: Carsten Klick


Foto: Ralph Larmann


Foto: Carsten Klick


Foto: Ralph Larmann

What do you use cameras for?

Peter: Mostly for live images that are processed or edited on their way to the screens. The show designer is also responsible for doing this. All content is created by us. We program and edit everything in-house.

So how does this kind of gig go down?

Peter: Take, for example, Daniel Wirtz. He was the opening act for Xavier Naidoo last summer, which is where we met. Later he asked us if we could come up with the design for his tour. So we dreamt something up, rendered it, computed it, and crunched the numbers to see how far the budget would take us. Daniel stopped by and we showed him our rendering. Things went back and forth for three or four weeks before we finalized the design with just a few changes. And then we took it out on tour.

How does the collaboration with the artist generally work?

Gunther: The most important thing to know is what the artist wants and how they see themselves. Of course, everyone has different ideas about that. You have to do things differently for BAP's 40th anniversary than you would for Fanta4.

Where do you get your ideas?

Peter: It varies. Things often pop into Gunther's mind when he's driving. For me, inspiration tends to come in the five minutes before I fall asleep. In Daniel's case, for example, we first looked at the venues, the little clubs where he's coming from, and at his style before we started brainstorming. It's a process, and sometimes it takes place almost subconsciously.

And what if that doesn't work?

Peter: Gunther never takes no for an answer.

Gunther: The other day we had to have a lamp made because there was nothing available that could do what the design required. It's not easy finding someone who can make stuff like this for us and still stay on budget.

Peter: This example goes to show that you have to have a firm grasp of technical issues to put the creative process into practice.

What exactly is a good idea?

Gunther: We definitely want to steer clear of clichés. The bottom line is that it has to hit you on an emotional level. Sometimes three, four images are all it takes. And the artist has to identify with it.

That sounds like dramaturgy.

Gunther: It's best to have four moments when you design a show. The first image is critical; it's the overture. The image has to be good, but not so good that you've given it your best shot. About halfway through the show you have to come back with something special. And then towards the finale you have to give the audio an image that's totally unexpected and sticks in their minds. If you manage to top that during the encore, then you've done a good job.

You've been in this business for a long time. Do you still get all fired up about it?

Gunther: We're completely demented that way. At times, we'll even sacrifice our profits for the effect. If you're not thinking idealistically in this job, you'll be asking yourself what the heck you're doing here after your second day. But you have to realize that all this is not just fun and games; it's a tough business.

Peter: You have to be better than the rest if you want to stick with it. You can't just do the job by the numbers. You have to think outside the box, and if you do, you'll find your niche. Otherwise, you'll remain just another face in the crowd. And above all, you have to put personality, confidence, and persuasiveness into it. That's the only way people like Herbert Grönemeyer are going to trust you. He has to be able to rely on you 100%. It's great if your buddies or critics say what you're doing is okay. But ultimately it's the artist's opinion that matters.

And years of experience.

Peter: I was the technician for Pur in '99 and ten years later I did the design for the Nürburgring. In between there was a lot, and I do mean a lot, of experience to be gained in the tiniest clubs, and not just with the big names.

Gunther: Over the years you experience the very things that teach you the lessons you need to learn, be it a power failure, equipment problems or weather chaos. You'll calm down, and being cool always helps you make the best of the situation. The band knows this too. They're at our mercy. All they can really say is, 'Hey, they'll make it work!' Besides, you can't guard against every risk.

What about the future?

Peter: Despite all our experience and whatever the future may bring, we must never overestimate ourselves. We have to always stay grounded, yet remain idealists. After all, the audience is interested in the artist. We're there to embellish so that it all adds up to a good show. If the artist is good, the show's good. If the artist fails, even the best stage design will fail. mf

An dieser Stelle wollten wir eine kleine Serie über den verantwortungsvollen Umgang mit unseren Ressourcen starten. Über Holz wollten wir berichten, über Strom, Farben oder Textilien. Marcus Stadler, der in Sachen Corporate Social Responsibility bei satis&fy federführend ist, fand die Idee prima. Über Holz wollte er in unserer ersten Folge aber nun gar nicht reden. „Wir müssen bei der wichtigsten Ressource anfangen, die wir haben", sagt er. Und das sei natürlich der Mensch. CSR fängt bei den Mitarbeitern an.

Dass der Mensch im Mittelpunkt steht, erzählt man in jedem Unternehmen natürlich gern. Aber wenn man schöne Sätze nicht mit

This was to be the start of a short series of articles on responsible resource management. We felt it was time for some straight talk about how we use wood, electricity, paint, and fabrics. Marcus Stadler, the man who's accountable for Corporate Social Responsibility at satis&fy, liked the idea. However, wood was not the subject he had in mind for our first installment. "We have to start with the most important resource we have," he insisted. And that happens to be of the human persuasion. Marcus says that CSR begins with the workforce. How right he is.

Verantwortung beginnt nicht beim Material, sondern bei den Menschen: Es lebe die Vielfalt.
Responsibility begins not with resources, but with humans: Vive la difference.

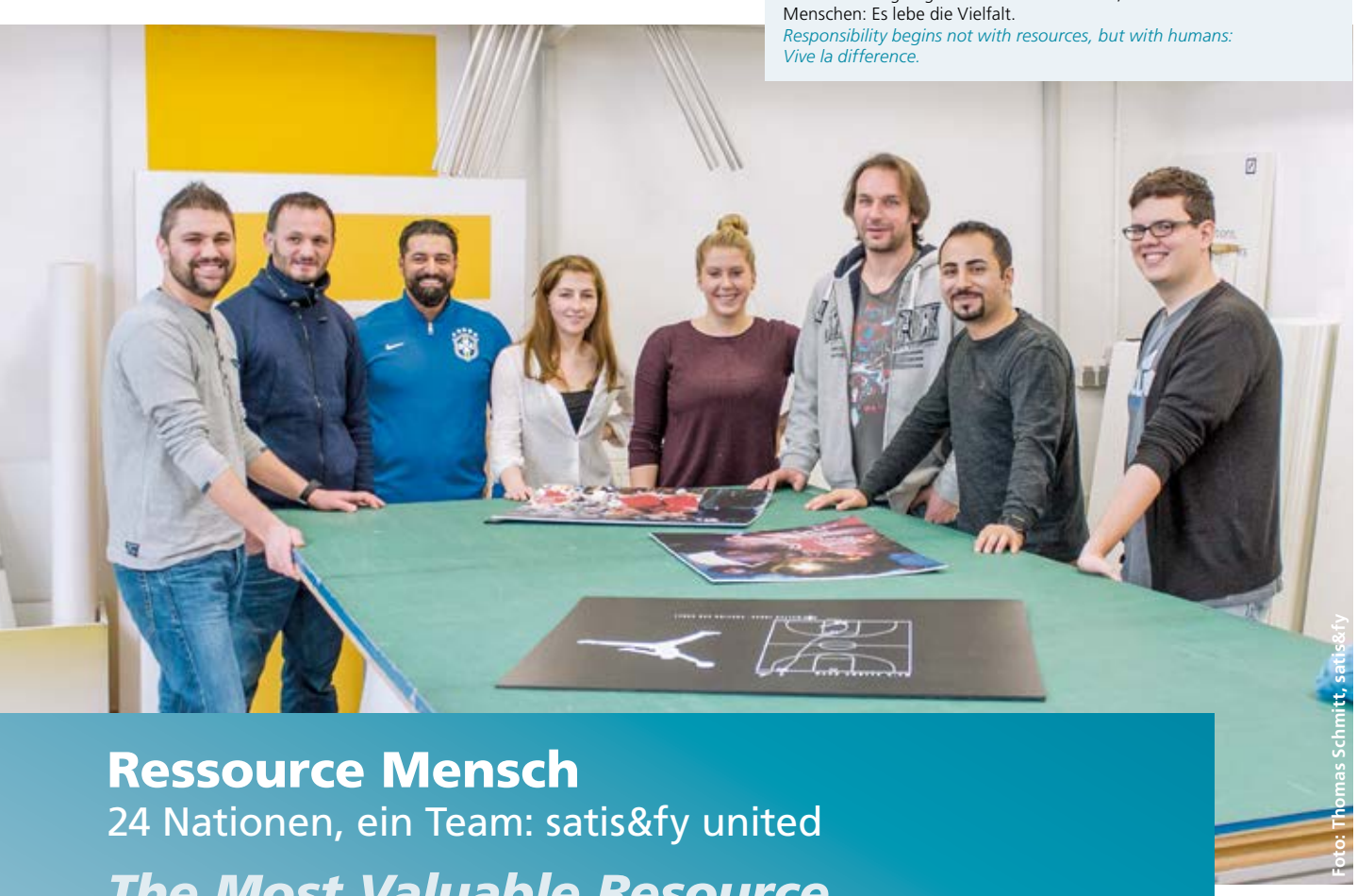


Foto: Thomas Schmitt, satis&fy

Ressource Mensch

24 Nationen, ein Team: satis&fy united

The Most Valuable Resource

24 Nations, 1 Team: satis&fy United

Leben füllt, braucht man sie auch nicht schreiben. Mit zehn Standorten in vier Ländern leben wir Vielfalt ganz selbstverständlich – und wir profitieren sehr davon. Denn die Vielfalt von nationalen Besonderheiten und individuellen Lebensweisen führt auch zu einem Reichtum an Lösungen und kreativen Ideen. Und genau das ist es, was uns ausmacht. So kann es schon mal passieren, dass ein Projektleiter mit seychellischen Wurzeln einem Deutschen und einem Türken auf der Leiter erklärt, wo das Banner hängen soll, während ein dabeistehender Perser einen Schreibfehler feststellt. Eine Episode aus dem Arbeitsalltag, an die sich Marcus erinnert.

Wer für sich beansprucht, die „True Colours of Events" zu zeigen, muss das ganze Farbspektrum zur Verfügung haben. Es ist eben egal, welche Nationalität, welches Geschlecht oder welche Hautfarbe jemand hat, ob vegan oder old school. „Bei uns unterhalten sich eingefleischte Heavy-Metal-Hörer mit Helene-Fischer-Fans über die Ausstattung des letzten Konzerts", sagt Marcus und erklärt noch einmal, wozu Vielfalt gut ist. „Wenn man in der ganzen Welt unterwegs ist, kann es vieles erleichtern, wenn man einen Native Speaker hinzuziehen kann, wenn jemand chinesisch, spanisch oder russisch versteht und Dinge schnell und unkompliziert klärt."

Genau deshalb fördert satis&fy diese „Gemeinsamkeit durch Vielfalt". Mit gemeinschaftlichen Aktivitäten wie Sport (siehe letzte Ausgabe der TRUE COLOURS). Mit gemeinsamem Kochen, bei dem man im wahrsten Sinn über den Tellerrand schauen kann. Mit Feiern und vielen anderen Aktionen, die unsere derzeit 24 Nationen unter einem Dach vereinen. Für Ressentiments oder Ausgrenzung gibt es weder einen Anlass noch Raum, darin sind sich Chefs und Mitarbeiter vollkommen einig. Und nachdem das gesagt ist, können wir in der nächsten Ausgabe auch anfangen, über Holz zu reden. *hs*

Practically every enterprise's business collateral extols the virtues of its greatest asset, employees. But all the flowery phrasing rings hollow if a company's commitment to its staff comes to little more than lip service. With ten locations in four countries, diversity is built into our business. We benefit greatly from that multicultural background. The diversity of people from different nations, with different mindsets and lifestyles, is a wellspring of creative ideas and inspired solutions. And that's exactly what we're all about. Marcus shares a true anecdote about a Persian coworker spotting a spelling error on a banner that a German and a Turk on ladders were stringing up under the direction of a project manager with roots in the Seychelles. That's just another day on the job at satis&fy.

A company that prides itself on showing the True Colours of Events has to have every hue in its palette. Nationality, gender and ethnicity are irrelevant; no one cares if you're vegan or old-school. "At our company, die-hard heavy metal listeners discuss the last concert's setup with Helene Fischer fans," says Marcus, reiterating why diversity is so beneficial: "It can be a lot easier if you have a native speaker to consult when you're traveling around the world; when you have someone who understands Chinese, Spanish or Russian and can clear up issues quickly and simply."

This is why satis&fy promotes the notion of 'unity through diversity' with joint pursuits that bridge the cultural divide. People from 24 nations come together and bond over sports (see the previous issue of TRUE COLOURS), communal cooking, company parties, and many other activities. Executive, managers and staff are in complete agreement that there is neither cause nor room for resentment or exclusion. Now that that's been said, we can talk about wood in the next issue. 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: Birgit Quade
PROOFREADING: Ines Streu

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

Printed on FSC certified paper

Gutes Neues *Happy New Year*



In diesen Tagen starren wieder alle auf die Zukunft, als wäre sie ein neuer James-Bond-Film. Zum Jahreswechsel versucht man ja gemeinhin, sich mit viel Gedöns die Zukunft gewogen zu machen. Deutsche sind da vergleichsweise einfallslos. Italiener gönnen sich zum Beispiel rote Unterwäsche zum neuen Jahr. Macht ja Sinn. Spanier pfeifen sich um 12 Uhr mit jedem Glockenschlag eine Traube rein – und das möglichst präzise zu jedem Gong, sonst wird das ganze kommende Jahr nix. Wenn man es allerdings so macht wie tausende Spanier an Silvester, dann verschluckt man sich, hustet und kann die nächsten zwölf Monate komplett haken. Auch in Japan verbringt man den Neujahrsmorgen gern beim Notarzt. Statt zwölf Glockenschläge gibt es dort 108. Da kann man sich schon mal verzählen und darüber das gründliche Kauen von Mochis vergessen. Mochis sind knochentrockene Reisbällchen, die den Rachen zuverlässig wie ein Korken verschließen. Eine kleine Ungeschicklichkeit beim Schlucken und man braucht nie wieder zu essen. Soll Glück bringen. Die Japaner könnten sich aber einfach mit den Bulgaren zusammentun, die klopfen sich nämlich mit Kirschbaumästen auf den Rücken. Das könnte so einen Reisklops wieder lösen. Vielleicht sollten sie es auch lieber halten wie die Niederländer, denn die frittieren ihre Silvester-Knödel und packen Rum-Rosinen rein. Flutscht gleich besser. Russen sind umweltfreundlich, die gießen Wachs statt Blei. Funktioniert ja beides (nicht). In Griechenland liebt man Neujahrs-Glücksspiele und freut sich, wenn beim Strip-Poker ein Italiener dabei ist. Der roten Unterwäsche wegen.

Ach, es gibt so viele schöne Dinge, die man tun kann, um die Zukunft zum Lachen zu bringen. Sie zu befragen, hat da wenig Sinn, vermutlich ist sie zum Jahreswechsel zu betrunken, um zu antworten. Für alle, die dennoch gerne orakeln und Antworten brauchen, haben wir unsere Entscheidungswürfel erdacht. Sie sind trocken wie ein Mochi, aussagekräftig wie ein Stück Wachs und nützlich wie ein roter Stringtanga. Prost Neujahr! *hs*

Here we are again, gazing fixedly at the future like James Bond junkies waiting for the latest episode of the epic saga. On New Year's Eve, we generally practice some kind of voodoo in the hopes that fate's fickle finger will point anywhere but our way next year. Italians, for example, don red underwear, which of course makes perfect sense. The Spanish tradition is to gulp down the twelve grapes of luck, one at every strike of the bell at midnight; otherwise the year ahead may be more sour than sweet. Of course, wolfing down 12 grapes in 12 seconds is not the most auspicious start if you choke, as thousands of Spanish folks are wont to do every year. In Japan, it's a different tradition that keeps the paramedics busy. Some revelers are so intent on keeping count with 108 strikes of the bell that they fail to properly chew their mochi, a bone-dry rice cake that will put an airtight stopper in your throat. One little masticatory misstep and you'll never need another bite to eat again. Maybe that's why mochi is called a bringer of good luck—by survivors, that is. There would be more of those if the Japanese adopted the Bulgarian tradition of rapping backs with cherry tree branches. Whack hard enough and that stubbornly sticky rice treat will be dislodged. Or perhaps they should partake of a smoother, gooier delicacy from the Dutch New Year's cookbook: deep-fried dumplings packed with rum-soaked raisins. While Germans practice molybdomancy—the pouring of molten lead to divine the future—Russians settle for more eco-friendly wax. Both work equally well, which is to say not at all. Greeks love to gamble the night away, perhaps playing strip poker with Italians in crimson underthings.

Ah, the many wonderful things one can do to make Lady Luck laugh. Asking her on New Year's Eve what the future holds in store is a waste of time anyway; she's probably too tipsy to tell. But if you still want to consult the oracle, our custom decision dice of divination have the answers. They're as dry as mochi, as enlightening as a piece of wax, and as useful as a red thong. Here's to you a New Year's toast! hs/tg