

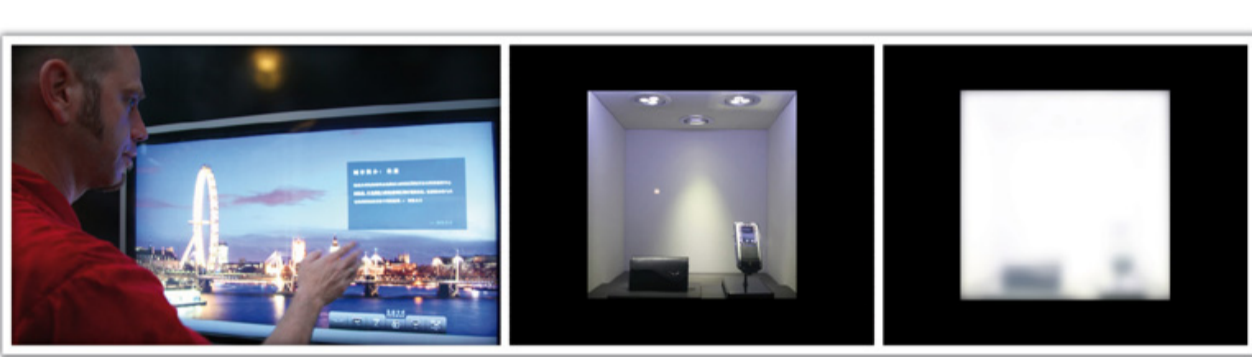
ABB Automation & Power World 2011

Vom 7. bis zum 10. Juni 2011 fand im StageOne in Zürich Oerlikon die ABB Automation und Power World statt. Für zahlreiche Besucher gab es während der Eventwoche Produkte, Systeme und Services zu sehen, die es ermöglichen, Energie effizienter zu nutzen, die Produktivität zu steigern und gleichzeitig die Umweltbelastung zu reduzieren.

ABB Schweiz AG beauftragte die Habegger AG mit der szenografischen, räumlichen und technischen Ausarbeitung und Umsetzung des Events. Dies schloss folgende Bereiche von der Ideenfindung bis zur Realisation mit ein:

- Generalplanung
- Machbarkeitsstudien
- Ausschreibungen für 3D-Bauten
- Inszenierung & Raumplanung
- 3D-Bauten
- Drehbuch Eröffnungsshow
- Licht- und Medienplanung
- Audio- und Videoengineering
- Audio- und Videotechnik
- Licht- und Riggingtechnik
- Content Produktion
- Ablauf- und Eventregie

Zeitrafferaufnahmen zum Event sehen Sie [hier!](#)

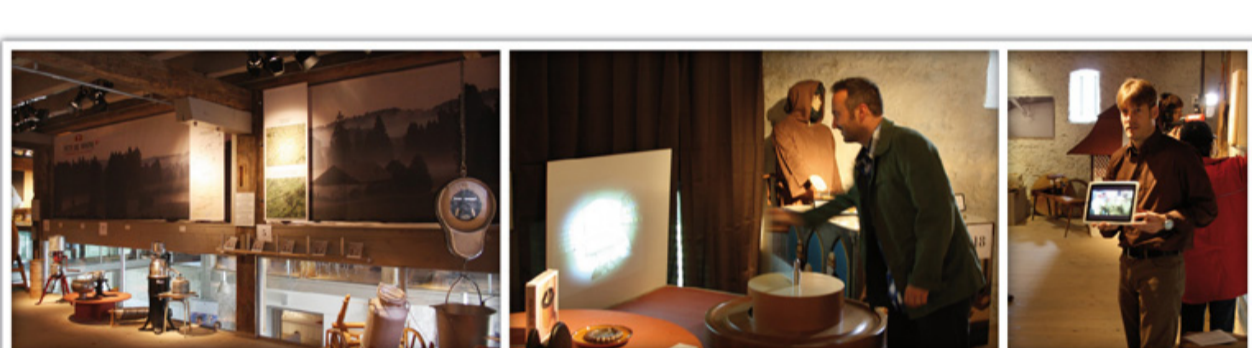


VERTU - Shop Window in Shanghai

In Shanghai, vor dem Eingang des JuiGuang Gebäude, gestaltete und baute Habegger ein multimediales Schaufenster.

Das Schaufensterkonzept enthält drei transparente Schaukästen, welche mit einer polarisierenden Folie überzogen sind. Man nennt dieses System auch den „mystery window effect“. Wenn ein Sensor erkennt, dass jemand vor dem Fenster steht, wird die Folie durchsichtig und man kann verschiedene VERTU Produkte bestaunen. Wenn niemand vor dem Schaufenster steht, bleibt die Oberfläche intransparent.

Ein zweites Kernelement des Konzepts ist ein 42-Zoll-Touchscreen, welcher durch Zuschauer bewegt werden kann und durch die Markenwelt von VERTU führt.



Tête de Moine Erlebniswelt

Für die Tête de Moine Schaukäsereien in St-Imier, Saignelégier und Bellelay fasste Habegger ein Beratungsmandat zur Konzeption einer Tête-de-Moine-Erlebniswelt.

Aus dem Beratungsmandat wurde ein Auftrag, der von der konzeptionellen Ausarbeitung, über Illustrationen bis hin zur Umsetzung folgendes beinhaltete:

- iPad-Museumsführer
- Anpassung des bestehenden Imagefilms
- Erstellung themenbezogener Videos
- Raumgestaltung und Beschriftungen
- Interaktives Projektionsobjekt "Die magische Girolle"

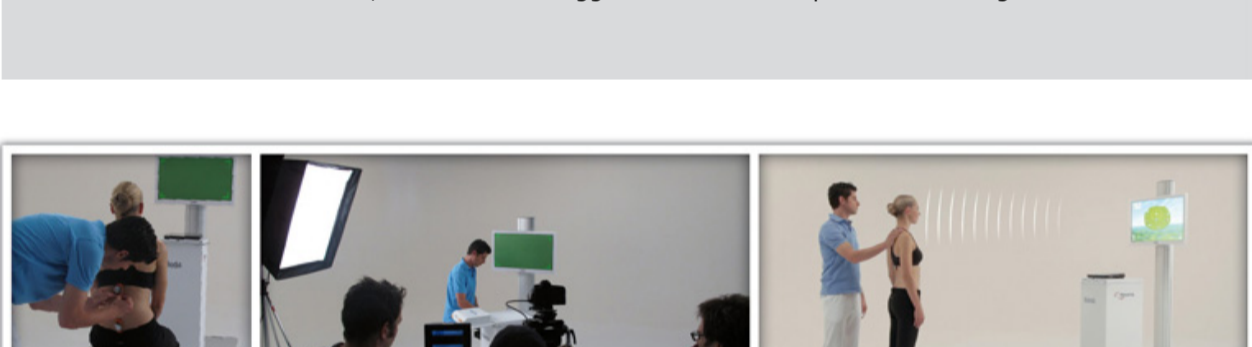
Die Besucher erleben jetzt Degustationen, Museum, Empfangs- und Ladenbereich der Käseereien ganz neu und können in die Geschmacks- und Herstellungswelt von Tête de Moine eintauchen.



thunerSeespiele „Gotthelf“

Vom 12. Juli bis 27. August 2011 spielte das Musical „Gotthelf“ auf der Thuner Seebühne. Nach dem Erfolg von „Dällebach Kari“ gelang den thunerSeespielen ein weiterer Erfolg. „Gotthelf“ spielt im Emmental im Jahr 1850. Vorlage ist Jeremias Gotthelfs berühmtes Werk „Die Käseerei in der Vehr Freude“.

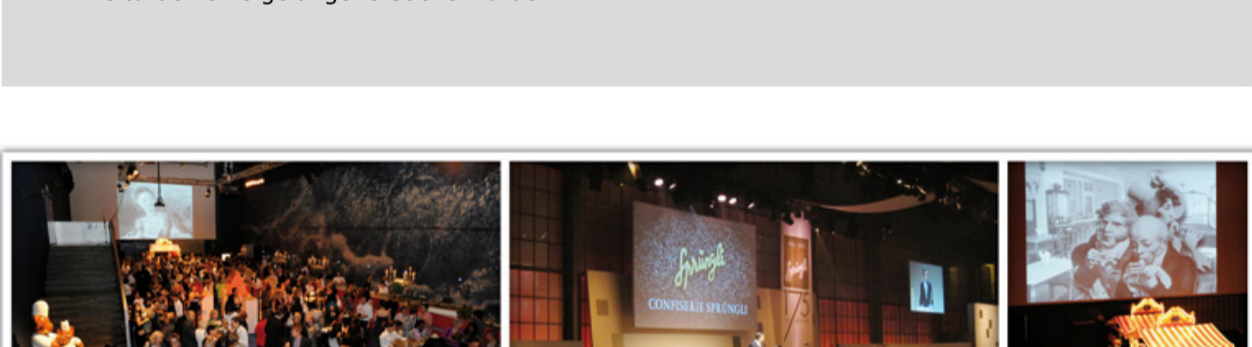
Habegger wurde mit der Planung und Installation der Licht- und Pyrotechnik (Flammeneffekte) sowie der technischen Betreuung vor Ort beauftragt. In enger Zusammenarbeit mit Audiopool, welche sich für das Engineering und das Sounddesign verantwortlich zeichnete, installierte Habegger zudem die komplexe Audioanlage.



Hocoma AG – ValedoMotion Produktfilm

Hocoma ist weltweit führend in der Entwicklung und Herstellung von automatisierten Therapiegeräten für die Rehabilitation neurologisch bedingter Bewegungsstörungen. Ihre neueste Innovation heißt ValedoMotion und dient der spielerischen Therapie von Patienten mit Rückenleiden.

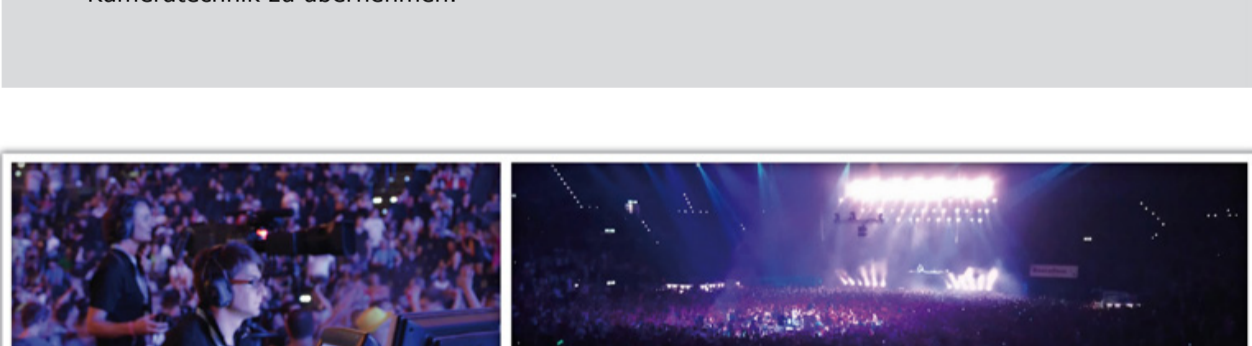
Habegger konzipierte, plante und realisierte den Image Produktfilm dazu, welcher online und auch bei Kundenpräsentationen eingesetzt wird. Filmisch wurden Patienten in Amsterdam und der Schweiz während ihrer Therapie begleitet und interviewt. Grafisch wurden dem Bild erklärende Animationen beigelegt. Eine Produktion, welche trotz enormem Zeitdruck eine gelungene Sache wurde.



175 Jahre Sprüngli

Die Confiserie Sprüngli feierte am 4. Juni 2011 ihr 175-jähriges Bestehen und nahm dies zum Anlass, ein imposantes Mitarbeiterfest zu organisieren. Das Jubiläumsfest mit 800 Gästen fand in den Räumlichkeiten der MaagHalle in Zürich statt.

Von Rufener Events erhielt die Habegger AG den Auftrag die Rigging, Audio-, Video- und Kamertechnik zu übernehmen.



Energy 11

Am 13. August 2011 wurde das Hallenstadion Zürich nach der Street Parade in den grössten Dancefloor Europas umgewandelt. Die Energy, ein Pioneer der elektronischen/Techno-Musik, feierte als langjährigste Party-Serie der Schweiz ihre 21. Ausgabe.

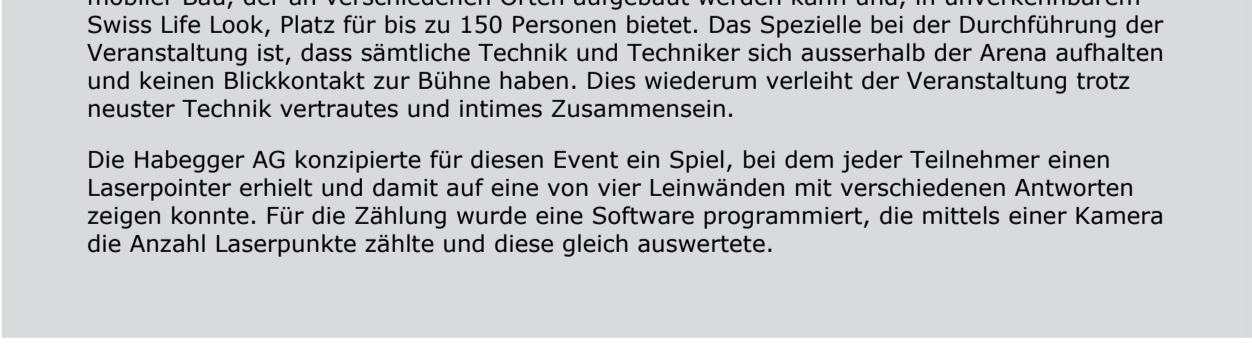
Habegger installierte im Auftrag der Glamourama GmbH die Audio- und Lichttechnik für sieben Dancefloors. In der Arena des Mainfloors kamen zusätzlich Kamera-, Pyro- und Videotechnik (LED) sowie Lasershows zum Einsatz. Die Verantwortung für den Bühnenbau wurde ebenfalls übernommen.



Swiss Life – Management Konferenz

Im August 2011 veranstaltete Swiss Life den ersten Event einer fortlaufenden Serie für 100 Personen des Topkaders. Die Habegger AG konzipierte dafür die "Swiss Life Arena". Ein mobiler Bau, der an verschiedenen Orten aufgebaut werden kann und, in unverkennbarem Swiss Life Look, Platz für bis zu 150 Personen bietet. Das Spezielle bei der Durchführung der Veranstaltung ist, dass sämtliche Technik und Techniker sich ausserhalb der Arena aufhalten und keinen Blickkontakt zur Bühne haben. Dies wiederum verleiht der Veranstaltung trotz neuer Technik vertrautes und intimes Zusammensein.

Die Habegger AG konzipierte für diesen Event ein Spiel, bei dem jeder Teilnehmer einen Laserpointer erhielt und damit auf eine von vier Leinwänden mit verschiedenen Antworten zeigen konnte. Für die Zählung wurde eine Software programmiert, die mittels einer Kamera die Anzahl Laserpunkte zählte und diese gleich auswertete.



SIVision – FIFA Women's World Cup 2011

Im Auftrag des grössten amerikanischen Sportsenders ESPN produzierte die SIVision, Tochtergesellschaft der Habegger AG, das kontinentale TV-Signal zur FIFA Frauen-Weltmeisterschaft in Deutschland.

Sowohl der Übertragungswagen als auch die Subregie im Rüstwagen dienen als International Broadcast Center (IBC) und übertragen sämtliche Spiele der Weltmeisterschaft. Im IBC wurden zudem sämtliche TV-Grafiken und Zusatzinhalte, wie zum Beispiel Studiosendungen, produziert und grösstenteils auch live gesendet. Insgesamt waren 120 Mitarbeiter während 30 Tagen im Einsatz.