

Die jährlich stattfindende Show «Art on Ice» ist ein attraktiver Event mit Ausstrahlung. Das Bühnenbild verlangt einen grossen Einsatz der Habegger AG.

Technische Vernetzung bleibt ein Trend im Eventbusiness

EVENT-INFRASTRUKTUR Die imposanten Sport- und Kulturveranstaltungen benötigen neben temporären Bauten auch eine technische und audiovisuelle Infrastruktur. Im Eventbusiness wird es immer wichtiger, auf das individuelle Bedürfnis der Zielgruppen einzugehen. Das erfordert eine hohe Professionalität.

VON **EUGEN RIESER**

Die Sparprogramme der Konzerne und Finanzinstitute in der Schweiz treffen auch das Sponsoring und da vor allem Sport-Events. Die ZSC Lions, der Züri Marathon und der Ironman Zürich haben seit Kurzem ein gemeinsames Problem: Das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich steigt als Hauptsponsor aus.

Stromkonzerne reduzieren ihr Engagement im Sport, so zum Beispiel Alpiq. Das Energieunternehmen gab bekannt, dass es sich als Sponsor von Swiss Ski nach Ablauf der Saison zurückzieht. Aber auch das Stadion Stade de Suisse in Bern muss sich nach einem neuen Hauptsponsor umsehen. Der Energiekonzern BKW zahlt nach Ende Juli 2015 nicht mehr. Beim Weltfussballverband Fifa springen zwei Sponsoren – Emirates und Sony – ab.

Direkt haben die Anbieter von technischer Infrastruktur bei solchen Events keinen Kontakt mit den Sponsoren, wie sich verschiedene Unternehmen äussern. Da sind vor allem Caterer oder Mobiliarlieferanten angesprochen. Aber sie sorgen dafür, dass die Sponsoren respektive deren Logos auch ins richtig Licht gesetzt werden und dass die VIP-Gäste der Sponsoren Ton und Bild auf hohem Niveau erleben können.

«Art on Ice» auch als Roadshow

Seit 15 Jahren betreut die Habegger AG in Regensdorf die Technik der Show «Art on Ice»; 2014 das zweite Mal auch als Roadshow. Nach Zürich wird der Event noch an weiteren vier Standorten mit insgesamt zwölf Shows durchgeführt. Letztes Jahr wurde ein voll kinetisches Bühnenbild aus beleuchteten Ballons und fahrbaren Lichttraversen eingesetzt. Die 52 Ballone waren in einer Matrixform aufgehängt und jeweils innen mit regulierbaren LED-Spots ausgestattet.

Die harmonische Veränderung dieses variablen Bühnenhimmels bei den einzelnen Acts wurde erreicht, indem Bewegung und Beleuchtung bereits im Vorfeld mit einer 3-D-Simulation programmiert und auf die jeweiligen Songs abgestimmt wurden. Zusätzlich sicherten fahrbare Traversen mit Movinglights, dass die Tänzer und Künstler je nach Positionen auch optimal mit Akzentlicht versehen werden konnten.

Erstmals verschmolzen Bühne und Eis zu einer grossen Inszenierungsfläche, indem der Bühnenboden auf gleichem Niveau wie die Eisfläche war. Eine Besonderheit war auch die fahrbare Bühne (StageCar), die ferngesteuert vom Backstagebereich in die Mitte der

Anzeige



Eisfläche fahren konnte. Die Roadshow wurde mit allen Elementen fast identisch umgesetzt – erst sechsmal in Zürich und dann für weitere Shows in Lausanne, Davos, Helsinki und Stockholm.

Dramaturgie über alle Medien umgesetzt

Es sei weniger das technische Equipment als das Konzept dahinter, was ein Event oder eine Installation zu einem medialen Erlebnis mache. Deswegen integriert Habegger von Anfang an die Szenografen, damit die Dramaturgie am Anlass durchgängig stimmt und von allen Medien umgesetzt wird. «Nur wenn Inhalt, Raumdesign und Technik sinnvoll aufeinander abgestimmt sind, bekommt eine Botschaft bleibende Wirkung», meint David Haag, Leiter Event Engineering bei Habegger.

Im Eventbusiness werde es immer wichtiger, auf das individuelle Bedürfnis der Zielgruppen einzugehen. Events würden differenzierter, weil eine Botschaft in mehreren Eventvarianten für die verschiedenen Zielgruppen umgesetzt werde. «Damit wird auch die Dramaturgie hinter einem Anlass immer wichtiger. Die Wirkungsmechanismen von Events sind sehr komplex. Es ist deshalb sinnvoll, bei der Planung von Events von Anfang an Aspekte zu Raumdesign, Content, Technik und Szenografie integriert mit einzubeziehen. Es braucht eine kreative Grundidee, und um diese wirksam zu machen, wird dann Technik zum Mittel. Wir sind in der glücklichen Lage, dazu alle Fachteams selbst im Haus zu haben», erklärt der Leiter Event Engineering bei Habegger.



Die Dr. W. A. Günter Media Rent AG betreut seit 15 Jahren den Filmpreis-Event «Edi.» und sorgt für entsprechendes Equipement mit Audiovision bei der Live-Übertragung.

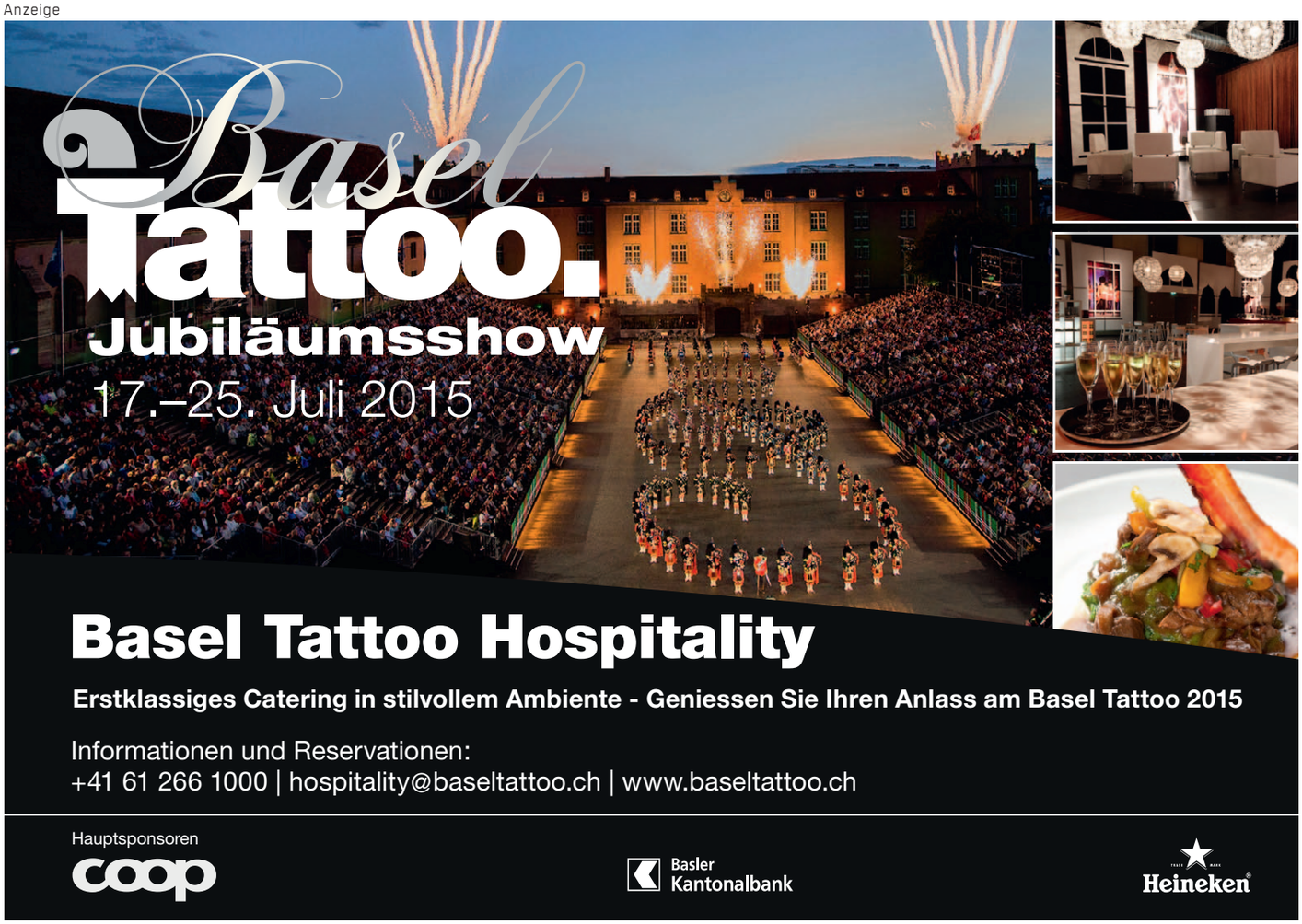
Video- und Multimedia-Bereich gefordert

Das wichtigste Medium werde nach wie vor der Mensch sein. Durch Interaktion müsse der User spielerisch in den Gesamtauftritt integriert werden, so wirke die Information auch mehr. «Es gibt keinen spezifischen Trend in einem bestimmten Gewerk, es geht immer mehr um das gesamte Erlebnis. Der Video- und Multimedia-Bereich ist dabei am ehesten herausgefordert», hält David Haag fest.

«Visuelle Eindrücke sind ein sehr grosser Trend», so Haag. «Wo früher eine Leinwand gereicht hat, werden heute ganze Bühnenbilder mit Projektoren und LED-Wänden gestaltet. Daraus ergibt sich aber auch der technische Trend der Vernetzung der Medien. Früher gab es die Bereiche Ton, Video, Licht. Jeder hat für sich gut funktioniert. Schnittstellen gab es nur wenige. Vielleicht mal Ton, der vom Videospieler zur Soundanlage musste.»

Heute seien die Grenzen zwischen den Gewerken respektive Tätigkeitsfeldern fliessend, erklärt David Haag. Was früher ganz klar von Videoleuten gestaltet wurde (Content), sei heute im gesamten visuellen Konzept, zusammen mit Licht und Bühnenbau, enthalten. Set-Designer, Licht-Designer und Grafik-Designer müssen in der Gestaltung schon viel früher zusammenarbeiten und einen gemeinsamen Weg finden, um ein optimales Produkt zu erhalten, heisst es bei der Habegger AG.

Anzeige





Film–Wettbewerb mit technischer Raffinesse

Die Veranstalter des Filmpreises «Edi.» zählen auf die Kompetenz der Dr. W. A. Günther Media Rent AG in Erlenbach. Seit nunmehr 15 Jahren führt die Swissfilm Association den Schweizer Preis für Werbe-, Industrie- und Unternehmensfilme durch. Der einmal jährlich im Schiffbau Zürich stattfindende Wettbewerb steht unter dem Patronat des Eidgenössischen Departements des Innern und beinhaltet drei Hauptkategorien: Commercials, Corporate und Online & Multimedia.

Seit der ersten Preisverleihung vertrauen die Veranstalter auf die Kompetenz der Dr. W. A. Günther Media Rent als technischer Partner des «Edi.». Passend zum Mediadesign sowie den Zuspielungen gilt es, das richtige Equipment für die Sprach- und Musikbeschallung, die Projektionen und die Live-Übertragung einzusetzen. Technische Highlights für die Umsetzung auf dem neuen Setup 2014 waren die fünf Projektionen, drei davon im Porträt-Modus, sowie der Einsatz der drei HD-Kameras für die Live-Übertragung. Um einen optischen 3-D-Effekt zu erzielen, wurde nicht wie gewöhnlich nur auf eine Leinwand, sondern zusätzlich auf dreidimensionale Stoffkuben projiziert – ein absolutes Novum.

Trends zu flexiblen Events

«Wir stellen keinen generellen Trend zu schikanöseren Events fest. Was wir jedoch in Gesprächen immer öfter hören, ist, dass die Umsetzung des Events immer integraler zur Marketingkonzeption gehandhabt wird. So wurden – neben den glamourösen – einige Events bewusst auf schlicht getrimmt, sei es als Imagekorrektur, sei es um flexibler, aktualitätsnäher, schneller, agiler in der Umsetzung zu werden», antwortet Claudia Raguth, Leiterin Marketing/Kommunikation & Innendienst der Dr. W. A. Günter Media Rent AG, auf entsprechende Fragen.

Ein weiteres Thema mit Einfluss, welches man nicht vergessen sollte, sei «Compliance». Für einige Veranstalter werden Tagesevents zum Ersatz für frühere Auslandeinladungen, Reisen und andere Anlässen mit Übernachtungen. Compliance-Regeln in grösseren Unternehmen untersagen heute die Teilnahme an solchen Events. Für diese Organisatoren biete ein lokaler Tagesevent mit bleibendem Eindruck eine grosse Chance, wie Claudia Raguth weiter ausführt. «Häufig hören wir von Kunden, dass die Fluktuation bei ihren Entscheidungsträgern auf Kundenseite sehr hoch sei. Know-how, Erfahrungswerte oder Einkaufsverhalten, welches man sich in langfristigen Beziehungen erarbeiten musste, sind nicht mehr vorhanden.»

Heterogenes Eventbusiness

Fragen, etwa ob die Techniker über die notwendigen Ausbildungen verfügen, ob die Sicherheit auf der Baustelle beim Aufbau und die Sicherheit der Besucher während des Anlasses jederzeit gewährleistet sind, würden immer wichtiger, meint die Sprecherin von der Dr. W. A. Günter Media Rent AG. Was ganz bestimmt kommen werde, sei eine klare Professionalisierung der technischen Umsetzungen. Bedingt durch neue Arbeits- und Sicherheitsgesetzgebungen werden sowohl Auftraggeber und Organisatoren als auch Supplier viel mehr in die Verantwortung genommen.

Auch in der Zukunft werde das Eventgeschäft heterogen bleiben und wahrscheinlich werde sich das Spektrum der Kundenwünsche aufgrund der technischen Möglichkeiten nochmals erweitern, hält die Marketing- und Kommunikationsleiterin fest. «Der Einsatz der Technik wird entweder multimedial noch eindrucksvoller oder aber einfacher, kundenfreundlicher und möglichst unaufdringlich in der Anwendung», so Claudia Raguth im Gespräch mit MK. ■

prolight+sound

15.–18.4.2015

MEDIA SYSTEMS

Medientechnik und Systemintegration

Erleben Sie die neuesten Trends im Bereich Systemintegration und AV-Medientechnik innerhalb des Themenfokus Media Systems in den Hallen der Prolight + Sound 2015. Machen Sie sich vor Ort ein Bild von den Produkten und Lösungen der Audio-, Video-, Licht- sowie Steuer- und Regeltechnik für Systeme und Netzwerke. Sie möchten sich in diesem Bereich weiterbilden? Auch das ist möglich: Referenten aus der Praxis informieren Sie im Rahmen der Prolight + Sound Conference über Lösungsansätze rund um die Integration multimedialer Netzwerke sowie Audio- und Videotechnik und Sicherheitstechnik, Raumakustik und Licht.

Erfahren Sie mehr:
www.media-systems.com
info@ch.messefrankfurt.com
Tel. +41 44 503 94 00



messe frankfurt