
StageReport

06
2023

BÜHNEN- UND SHOW-PRODUKTIONEN

**Jürgen May über Netto-Null
und große Missverständnisse**

TÜV Rheinland
Zertifizierung
statt DPVT-Siegel
Seite 7

Video-Monolith
dominiert Show
von Jim Capaldi
Seite 16



STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH
ALLES ÜBER LIVE-
KOMMUNIKATION
GIBT ES AUF
YOUTUBE 

AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WIE GELINGEN IMMERSIVE
MEDIENERLEBNISSE BEI
OUTERNET LONDON?

WIE WERDEN EXPONATE
FÜR MESSEN UND EVENTS
VIRTUELL?

FRAGEN AN DEN NEUEN
VORSTAND: WAS GEHT
BEIM FORWARD?

WAS BEDEUTEN ISO-ZERTIFI-
ZIERUNG UND KONVOI-LÖSUNG
FÜR DIE NACHHALTIGKEIT?

STUDIO BLACH - ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION
IST EIN BROADCAST-FORMAT VOM **BLACHREPORT**.

DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT
RADIO BLACH AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

BlachReport

Abschied für immer



Peter Blach
(Foto: AktivMedia)

Nur wenige Tage nach Peter Breamshey, der am 9. April im Alter von 79 Jahren verstorben ist und der gemeinsam mit Ralf Domning die legendäre Agentur kogag gründete, ist mit Volkward Dams eine weitere Ikone aus der Entwicklung der Event-Agenturen in Deutschland von dieser Welt gegangen. Volkward Dams oder Vok Dams, wie er weltweit in dieser Szene bekannt

war, wurde 85 Jahre alt. 1971 hatte er die Agentur Vok Dams, eine der führenden Event- und Live-Marketing-Agenturen weltweit, in Wuppertal gegründet und damit die Basis für eine einzigartige Unternehmensgeschichte gelegt.

Seine Vision und Kreativität ebenso wie seine Haltung, Leidenschaft, Energie und Hingabe haben nicht nur die Erfolgsgeschichte von Vok Dams geprägt. Als einer der Pioniere der ersten Stunde der Eventbranche hat Volkward Dams die Branche selbst und damit viele Generationen von Event-Managern maßgeblich geformt, beeinflusst und begeistert. Für viele von uns war er Vordenker, Vorbild, Visionär. Er hat inspiriert und motiviert – und oft auch polarisiert. Wir waren oft einer Meinung, aber ebenso oft auch nicht.

Volkward Dams begann 1962 seine Karriere als Fotograf. Aus dieser „unternehmerischen Keimzelle im Herzen des Bergischen“ entwickelte sich seine Kommunikations-Agentur mit bundesweitem Einzugsgebiet. Der engagierte Gründer verdiente sein Geld darüber hinaus mit Lehraufträgen für Hochschulen und mit der Organisation von Kunstausstellungen. Außerdem arbeitete er als Journalist. Mit der Eintragung ins Handelsregister erblickte die Agentur Vok Dams dann 1975 in ihrer heutigen Form das Licht der Welt.

Vor mittlerweile 25 Jahren übergab Volkward Dams die Leitung der Agentur an seinen Sohn Colja und gründete später in Wuppertal das „Atelierhaus“, das er als Galerie und Denkfabrik konzipierte und bis zu seinem Tod leitete.

Volkward Dams ist und bleibt – das kann man nicht anders sagen – eine Legende in der Eventbranche und dafür können wir nur dankbar sein. Eventmarketing, nicht nur in Deutschland, sondern überall auf dieser Welt wäre anders ohne die Leistung von Volkward Dams.

In bleibender Erinnerung

Ihr Peter Blach

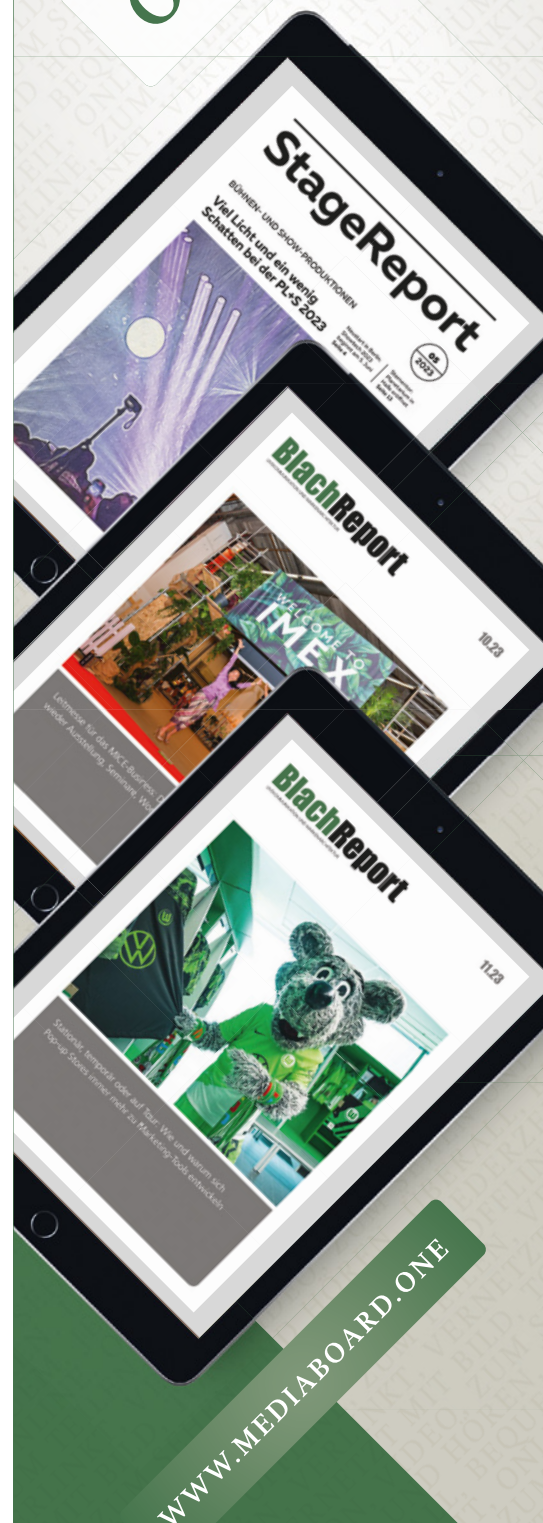
Inhalt

Jürgen May (Foto: 2bdifferent)

- | | |
|--|---|
| 4 AKTUELL InfoComm 2023 | 16 PRODUCTION Lewis Capaldi: Brutalistisches Konzept |
| 6 BUSINESS Drohnen und Schulungen bei Lang | 18 TOOLS Mackie stellt neues Digitalmischpult vor |
| 8 BUSINESS Überarbeitetes Education Programm | 22 EQUIPMENT Bambus investiert in GLP JDC Line |
| 12 THEMA Jürgen May: Nachhaltigkeitsdiskurs | 23 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 14 PRODUCTION Florence and the Machine | 24 MARKETING-SERVICES |
| 15 PRODUCTION LiveFrame mit Blackmagic Design | 26 IMPRESSUM/INSIDE Christian Frank |

MEDIA
BOARD

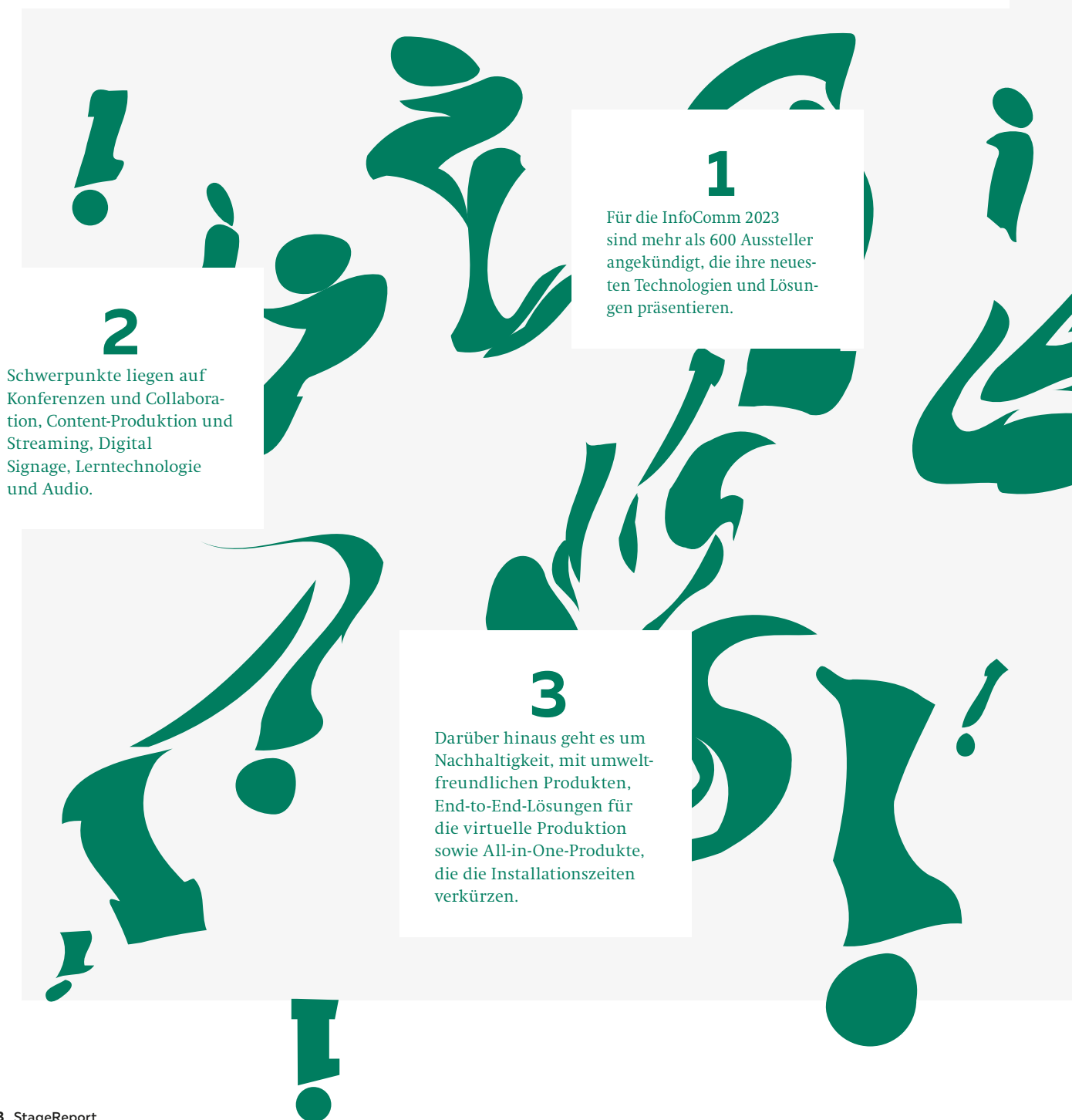
OUT NOW!



WWW.MEDIABOARD.ONE

InfoComm 2023: AV-Branchentreff in Orlando

Die InfoComm 2023 kehrt in diesem Jahr vom 10. bis 16. Juni nach Orlando, Florida zurück. Der Ausstellungsbe- reich öffnet dabei vom 14. bis 16. seine Tore im Orange County Convention Center. Der Branchentreff ist die größ- te Fachmesse für Pro-AV in Nordamerika mit Tausenden von Produkten für Audio, Unified Communications und Collaboration, Display, Video, Steuerung, Digital Signage, Heimautomation, Sicherheit, VR und Live-Events. Die InfoComm wird von der Audiovisual and Integrated Experience Association (Avixa) produziert.



1

Für die InfoComm 2023 sind mehr als 600 Aussteller angekündigt, die ihre neuesten Technologien und Lösungen präsentieren.

2

Schwerpunkte liegen auf Konferenzen und Collaboration, Content-Produktion und Streaming, Digital Signage, Lerntechnologie und Audio.

3

Darüber hinaus geht es um Nachhaltigkeit, mit umweltfreundlichen Produkten, End-to-End-Lösungen für die virtuelle Produktion sowie All-in-One-Produkte, die die Installationszeiten verkürzen.

4

Die neue Trailblazers Zone wird Erstaussteller der InfoComm ins Rampenlicht rücken und prominent auf der Messefläche präsentieren.

5

AV-Produkte und -Lösungen werden auch Teil des Bildungsprogramms sein, mit von Experten geführte Führungen zu Produkten auf dem Messegelände und Führungen zu innovativen Lösungen an der University of Central Florida (UCF).

6

Die D=Sign-Konferenz wird am 14. und 15. Juni in Zusammenarbeit mit der Digital Signage Federation stattfinden. Sie untersucht Lösungen, Innovationen und große Ideen rund um Digital Signage.

7

Das Multimedia-Entertainment-Studio Moment Factory und der LED-Designer und -Hersteller Nanolumens bringen erstmals drei Tage lang interaktive Erlebnisse auf die Messe.

8

Wieder mit dabei ist Avixa Xchange Live, eine Live-Präsenz der virtuellen Community von Avixa, mit Fireside-Chats, Brainstormings bis hin zu Mixern und Meetups.

Drohnen und Schulungen

Lang erweitert Portfolio

Das Interesse an Drohnenshows wächst kontinuierlich. Das hat jetzt auch Auswirkungen auf das Portfolio der Lang AG – nicht nur vertrieblich, sondern auch bei Schulungen.

Drohnenshow
(Foto: Lang)

Lang bietet nicht nur den Verkauf oder die Vermietung von Drohnen an, sondern auch ein Servicepaket, um Drohnenshows erfolgreich umzusetzen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich in der Lang Academy durch Schulungen auf den Drohneneinsatz vorzubereiten. Im Angebot sind verschiedene Maßnahmen für Anfänger und Experten. Bei der Hardware hat sich Lang für die Verge Aero-Drohne X1 in Kombination

Lang bietet nicht nur den Verkauf oder die Vermietung von Drohnen an, sondern auch ein Servicepaket, um Drohnenshows erfolgreich umzusetzen.

mit der passenden Steuerungssoftware entscheiden. Die Steuerungssoftware bietet ein integriertes zeitbasiertes Autorentool und ermöglicht eine Echtzeit-Visualisierung. Gleichzeitig sind einfache Import- und Exportfunktionen für gängige 2D- und 3D-Daten enthalten. Darüber hinaus sorgen mehrere Prozessoren für eine erhöhte Sicherheit. Außerdem ist eine vollständige Automatisierung möglich.

Robe Lighting hat Avolites übernommen

Robe Lighting hat die Übernahme von Avolites bekanntgegeben, einem der führenden Unternehmen in der Entwicklung und Herstellung von Licht- und Videokonsolen. Die Vereinbarung wurde in England beschlossen.

Josef Valchar, CEO von Robe Lighting, spricht von einer wegweisenden Investition für sein Unternehmen. „Die Produkte von Avolites sind eine ideale Ergänzung für das Portfolio von Robe Lighting. Unsere Partnerschaft wird einen erheblichen Mehrwert für die Verkäufe in den globalen Vertriebsnetzen beider Unternehmen bedeuten.“

chen Mehrwert für die Verkäufe in den globalen Vertriebsnetzen beider Unternehmen bedeuten.“

Der Sitz von Avolites bleibt in Großbritannien und das Unternehmen wird weiter vom bestehenden Management geführt. Paul Wong, Geschäftsführer von Avolites: „Robe ist ein idealer Gesellschafter für uns, der mit seinen Produkten hervorragend zu unserem Equipment und seinen Usern passt“.

Die Übernahme des Avolites-Geschäfts ist laut Josef Valchar „ein wichtiger Bestandteil des strategischen Wachstumsplans von Robe für die Zukunft. Robe verfügt über eine Fülle von Ressourcen, die Avolites dabei helfen werden, seine ehrgeizigen Innovations- und Produktentwicklungsprogramme zu beschleunigen.“

Wegweisende Investition für Josef Valchar: „Die Produkte von Avolites sind eine ideale Ergänzung für das Portfolio von Robe Lighting. Unsere Partnerschaft wird einen erheblichen Mehrwert für die Verkäufe in den globalen Vertriebsnetzen beider Unternehmen bedeuten.“

BrandEx Award 2024: Einreichungsphase gestartet

Die Einreichungsphase für die sechste BrandEx Award-Verleihung hat begonnen. Interessierte können ab sofort ihre Projekte einreichen. Stattfinden soll die Veranstaltung im Rahmen der BOE Messe in Dortmund. Auf das BrandEx Festival haben die Veranstalter wie schon in diesem Jahr verzichtet.

Die Ausschreibungsunterlagen stehen auf der Website des BrandEx Award zum Download bereit. Die Frist für Einreichungen endet am 31. August 2023. Erstmals erfolgt die Bewertung in drei Stufen, wobei nach einem Punktesystem der Rang der Einreichungen entscheidend ist und nicht das olympische Prinzip angewendet wird.

In Stufe eins ist lediglich ein One-Pager mit der Konzeptidee und maximal drei Bildern erforderlich. Die Jury entscheidet anhand dieser Unterlagen, welche Einreichungen zur nächsten Stufe zugelassen werden. In der zweiten Stufe sind zusätzliche Unterlagen beizubringen. Anschließend trifft die international besetzte Jury die Entscheidung, welche Projekte mit einem Preis ausgezeichnet werden.

In der letzten Stufe werden die besten Einreichungen während der Veranstaltung live bewertet. Hierbei entscheidet sich, ob die Projekte mit Gold, Silber oder Bronze ausgezeichnet werden. Zusätzlich werden zwei weitere Awards exklusiv für das beste Projekt sowie den besten Einreicher verliehen.

Der Kreativwettbewerb unterteilt sich in die Hauptsegmente „Event“, „Architecture“ und den Nachwuchs-Award „Fresh“. Das „Event“-Segment besteht aus den Unterkategorien „Best Brand Activation“, „Best Live PR“, „Best Motivation/Employee Event“, „Best Corporate Event“, „Best Conference“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. „Architecture“ unterteilt sich in die Kategorien „Best Stand“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“, „Best Store Concept“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. Im Bereich „Best Stand“ können Teilnehmer ihre Beiträge in den Formaten „S“, „M“ und „L“ gemäß der Projektgröße einreichen.

Das Briefing für den „Fresh“-Award hat diesmal die Agentur Schachzug entwickelt und ist bereits online. Wettbewerbsbeiträge für BrandEx „Fresh“ können bis zum 17. November eingereicht werden.



VPLT und TÜV Rheinland beschließen Kooperation

Der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik (VPLT) und TÜV Rheinland haben einen Kooperationsvertrag für eine weiterführenden Branchen Zertifizierung unterzeichnet, um die Qualitätsstandards in der Veranstaltungsbranche weiter zu erhöhen. Mit dem Start der Kooperation ändert sich der Name der Zertifizierung nun in „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“.

Christian Sommer, Vorstandsmitglied im VPLT: „TÜV Rheinland verfügt über die Erfahrung, das Personal, die Mittel und damit über die Kapazitäten, den Mehrwert von Zertifizierungen in unserer Branche noch bekannter zu machen und so zu einer weiteren Professionalisierung beizutragen.“



Christian Sommer, Vorstandsmitglied im VPLT, und Olaf Seiche, Head of Customized Auditing Solutions beim TÜV Rheinland (Foto: VPLT)

„Künftig wollen wir zusätzliche Aspekte bei der Zertifizierung berücksichtigen, weil es für die Unternehmen der Veranstaltungsbranche immer wichtiger wird, internationale Normen aufzugreifen, die gesamte Lieferkette einer Veranstaltung zu zertifizieren oder die Nachhaltigkeit ihrer Betriebsabläufe nachzuweisen“, so Olaf Seiche, Head of Customized Auditing Solutions bei TÜV Rheinland.

Für den gesamten Prozess der Zertifizierung, die Vergabe des Siegels und die Rezertifizierung ist ab sofort TÜV Rheinland verantwortlich. Der VPLT unterstützt mit seiner fachlichen Kompetenz zum Beispiel bei der Weiterentwicklung des Fragenkatalogs, mit einem inhaltlich unabhängigen Beirat und seinem Netzwerk in der Veranstaltungswirtschaft.

Die Hauptaufgabe des Siegels bleibt, Qualitätsstandards für die Branche zu etablieren und Produkte sowie Unternehmen der Veranstaltungsbranche zu zertifizieren. Geprüft wird aktuell in den vier Bereichen Unternehmensprozess, Arbeitsschutz, Produktionsablauf und Finanzstruktur. Zum Einsatz kommen dafür unter anderem unabhängige, praxiserfahrene Auditoren.

„TÜV Rheinland verfügt über die Erfahrung, das Personal, die Mittel und damit über die Kapazitäten, den Mehrwert von Zertifizierungen in unserer Branche noch bekannter zu machen und so zu einer weiteren Professionalisierung beizutragen.“

„Künftig wollen wir zusätzliche Aspekte bei der Zertifizierung berücksichtigen, weil es für die Unternehmen der Veranstaltungsbranche immer wichtiger wird, internationale Normen aufzugreifen.“

Die Hauptaufgabe des Siegels bleibt, Qualitätsstandards für die Branche zu etablieren und Produkte sowie Unternehmen der Veranstaltungsbranche zu zertifizieren.

Schulungen, Konferenzen und Online-Seminare

Meyer Sound stellt überarbeitetes Education Programm vor

Meyer Sound hat sein Education Programm überarbeitet und will nun vielfältige Möglichkeiten für Schulungen, Konferenzen und Online-Seminare ermöglichen.

„Durch die Neugestaltung des Education Programms bei Meyer Sound investieren wir in die Zukunft der Branche und damit auch in die qualitative Verbesserung des Klangs an sich“, sagt Robyn Bykofsky, Training & Education Manager bei Meyer Sound.

Der Schulungs- und Veranstaltungskalender für 2023 wurde mit dem Ziel entwickelt, solide Grundlagenkenntnisse zur Nutzung der Meyer Sound Produkte aufzubauen – mit praktischen Anwendungen wie dem MAPP 3D System Design & Prediction Tool und dem Spacemap Go Spatial

„Durch die Neugestaltung des Education Programms investieren wir in die Zukunft der Branche und damit auch in die qualitative Verbesserung des Klangs an sich.“

Die Kooperation mit der „Women's Audio Mission“ zu Ehren des 20-jährigen Jubiläums der Organisation wird weiter ausgebaut.

abgehalten. Themen waren unter anderem System Design & Optimization, Low-Frequency Control und CueSchool.

Meyer Sound bietet seit Mai eine Reihe an Schulungen zum Thema „Portable System Deployment“ an, bei der die Teilnehmer lernen, wie man optimal mit mobilen Soundsystemen arbeitet. Das erste Seminar in dieser Kategorie fand in Dubai in den Vereinigten Arabischen Emiraten in Zusammenarbeit mit Venuetech statt. Das zweite Training wurde in Wien, Österreich, in Zusammenarbeit mit ATEC Pro durchgeführt. Ein besonderer Fokus lag hier auf dem linearen Panther Line-Array-Lautsprechersystem mit Milan-AVB-Input. Im Herbst wird Bob McCarthy, Director of System Optimization bei Meyer Sound, ein Seminar in Paris, Frankreich, abhalten.



Education bei Meyer Sound
(Foto: Meyer Sound)

Sound Design und Live Mixing Tool. Die Trainer von Meyer Sound waren maßgeblich an der Entwicklung der verschiedenen Lehrinhalte für Auszubildende, Studenten und Profis beteiligt.

Meyer Sound war während der Pandemie mit Webinaren und Online-Ressourcen aktiv. Die Rückkehr zum persönlichen Unterricht war der zentrale Baustein bei der Neugestaltung des Education Programms.

Die Trainer von Meyer Sound haben in diesem Jahr bereits in zahlreichen Ländern Schulungen

Meyer Sound war während der Pandemie mit Webinaren und Online-Ressourcen aktiv. Die Rückkehr zum persönlichen Unterricht war zentraler Baustein bei der Neugestaltung des Programms.

Im April gab es bereits in Kopenhagen, Dänemark, eine Schulung, die speziell für die Tech Crew des Roskilde Festivals angeboten wurde, bei dem Meyer Sound seit 2018 offizieller Sound Provider ist.

Meyer Sound wird weiterhin die Kooperation mit der „Women's Audio Mission“ (WAM) zu Ehren des 20-jährigen Jubiläums der Organisation ausbauen. Praktikantinnen der WAM hatten das Meyer Sound Werk in Berkeley, USA, im April besucht und eine Firmenführung bekommen.

Neumann & Müller zieht Bilanz

Im Rahmen einer Service-Partnerschaft mit der Messe Barcelona ist Neumann & Müller auf dem spanischen Festland gestartet. Zwei Jahre später ist längst nicht mehr nur die Dienstleistung „Rigging“ in den Hallen gefragt. Vor allem Auftragnehmer aus Deutschland nutzen seitdem den Service von N&M Iberia für ihre Messe-Präsenz im Ausland.

„Wir haben jeden Tag vor neuen Herausforderungen gestanden“, blickt Tobias Nitsch auf die Anfänge von Neumann & Müller Iberia zurück. Zwei Jahre ist es jetzt her, dass er als Geschäftsführer mit drei Mitarbeitenden in einem Co-Working-Space startete. Zu dem Zeitpunkt war die Vereinbarung mit der Fira de Barcelona frisch unterschrieben, künftig als einer von zwei Service-Partnern den Messekunden in der katalanischen Metropole Rigging-Dienstleistungen anzubieten. Equipment, Prozessabläufe, Mitarbeiter-Recruiting – zügig bauten sie die Grundlagen dafür auf, dass sich Kunden künftig auf eine optimale Umsetzung ihrer Messe-Präsenz durch N&M verlassen können. Im März 2022 bezog der heute 42-jährige mit seinem Team die neuen Büros, denn es war erklärtes Ziel, mit einem eigenen Standort direkt am Messegelände präsent zu sein. Heute sind zehn Kolleg:innen hier im Büro tätig, 25 weitere in den ihnen überantworteten Hallen.

Über den technischen Support bei den sicherheitsrelevanten Gewerken der Abhängungen und im Rigging hinaus bietet N&M den Ausstellern und ihren Dienstleistern – Agenturen und Messebauern – auf der Fira de Barcelona die komplette technische Ausstattung für Messestände an, aber auch für Events in deren Umfeld. Nitschs Team ist es gelungen, jenen Kunden, mit denen N&M beispielsweise in Deutschland bereits zusammenarbeitet, von den Vorzügen einer Kooperation mit einem bekannten Partner zu überzeugen. „Dass sie Leistungen und Services in der Art garantiert bekommen, wie sie diese von uns in Deutschland kennen, ist für unsere Kunden ein massiver Mehrwert“, berichtet Nitsch über die Rückmeldungen. Die Kompetenz in Planung und beim Materialeinsatz sei bereits bestens bekannt, Abstimmungen im Vorfeld würden unkompliziert ablaufen – da mache sich die Zusammenarbeit mit einem erprobten Lieferanten und seinem Netzwerk in Geld- und Zeitersparnissen schnell bemerkbar.

Mit eigenem Equipment in Barcelona werden nicht nur Nachhaltigkeitsbemühungen der ausstellenden Unternehmen flankiert, schnelle Reaktionen auf akute Technik-Anforderungen sind somit auch möglich und tragen zur steigenden Zufriedenheit bei. Eigene Techniker vor Ort sind ein weiterer Erfolgsfaktor für das N&M-Team in Barcelona.

Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaft kann die CO2-Emissionen deutlich reduzieren und gilt als Chance für mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche. Doch aktuell fehlt es an praktikablen Konzepten für Messen und Kongresse. Für einen kreislauf-fähigen Messestand hat sich nun die CSR-Agentur 2bdifferent mit den Messearchitekten imb troschke und der Fachpublikation tw tagungswirtschaft zu einem Pilotprojekt zusammengetan.

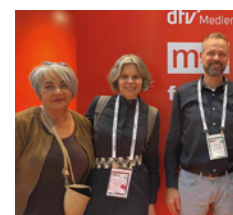
Gemeinsam planen, bauen und nutzen sie für die IMEX 2024 in Frankfurt den Stand von tw tagungswirtschaft nach den Prinzipien und mit den Mitteln der Kreislaufwirtschaft. In verschiedenen Schritten rücken dafür alle drei Säulen der Nachhaltigkeit sowie ihre entsprechenden Handlungsfelder in den Fokus. Dazu zählen unter anderem Kommunikation, Catering, Mobilität, Lieferketten und Barrierefreiheit. Das Pilotprojekt hat Leuchtturmcharakter und gilt als Best Practice mit dem Ziel, die Handelnden in der Veranstaltungswirtschaft zu inspirieren und für eine Nachahmung zu gewinnen.

Der Pilotprozess ist auf den Zeitraum 2023 bis 2026 angelegt und startete direkt auf der IMEX 2023. Das Projekt wird ganzheitlich angelegt. Dazu zählen Überlegungen zur Barrierefreiheit ebenso wie die Planung einer nachhaltigen Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen oder auch die Berücksichtigung sozialer Aspekte und Inklusion. Weiterhin sind Gespräche über Energie, Catering und Abfallmanagement mit der IMEX Group und der Messe Frankfurt als Veranstalter und Veranstaltungsort geplant, denen sich eine Nullmessung und eine Stoffstrom-Analyse der bisher verwendeten Materialien anschließen.

Der transparente Prozess wird crossmedial aufbereitet. Ziele, Strategien, Maßnahmen sowie die Learnings und die Erfolgsmessung sollen so für alle Marktbegleiter nachvollziehbar sein. Eine Roadmap legt die Handlungsfelder für die kommenden drei Jahre fest. Die Hochschule Osnabrück übernimmt eine wissenschaftliche Begleitung.

Die Kreislaufwirtschaft wird dringend benötigt, um die deutschen und europäischen Klimaziele zu erreichen. Sie beschreibt ein regeneratives System. Angesichts des hohen Ressourcenaufwandes und der Schnellebigkeit in der Messebranche muss nach Ansicht des Gründers und Geschäftsführers von 2bdifferent, Jürgen May, der Gedanke an „refuse, rethink and reduce“ immer am Projektanfang stehen. „Es wird noch viel zu viel über den dringend benötigten Systemwandel gesprochen und zu wenig in der Eventbranche gehandelt. Mit diesem Gemeinschaftsprojekt wollen wir transparent darstellen, wie wichtig für einen nachhaltigen Prozess zirkuläres Wirtschaften und Handeln ist“, erklärt er die Teilnahme von 2bdifferent am Pilotprojekt.

In verschiedenen Schritten rücken dafür alle drei Säulen der Nachhaltigkeit sowie ihre entsprechenden Handlungsfelder in den Fokus. Dazu zählen unter anderem Kommunikation, Catering, Mobilität, Lieferketten und Barrierefreiheit.



Simone Hammer/tw, Kerstin Wünsch/tw, Christoph Soukup/2bdifferent auf der IMEX 2023 (v.l., Foto: 2bdifferent)

Das Pilotprojekt hat Leuchtturmcharakter und gilt als Best Practice mit dem Ziel, die Handelnden in der Veranstaltungswirtschaft zu inspirieren und für eine Nachahmung zu gewinnen.



Andrea Walburg/imb troschke, Justine Hein/tw und Jürgen May/2bdifferent (v.l., Foto: 2bdifferent)

Die Kreislaufwirtschaft wird dringend benötigt, um die deutschen und europäischen Klimaziele zu erreichen. Sie beschreibt ein regeneratives System.

Unternehmen und Interessierte zusammenbringen

Weil der Fachkräftemangel in der Eventbranche zur akuten Realität geworden ist und manche Produktion aufgrund des akuten Personalmangels in Gefahr gerät, suchen Unternehmen dringend Nachwuchskräfte zur Bewältigung der zukünftigen Herausforderungen. Bevor der berufliche Einstieg in die Eventbranche jedoch gelingen kann, müssen sich Unternehmen und Interessierte überhaupt erst einmal finden. b-trend-setting will als Partner Unternehmen und Ausbildungssuchende unterstützen und eine Brücke zwischen Ausbildungsbetrieb und Interessierten herstellen.

Mit der Kampagne „Dein Weg. Dein Ziel. Fachkraft für Veranstaltungstechnik“ sollen potenzielle Interessenten des Ausbildungsberufes angesprochen werden. Junge Menschen können sich bei b-trend-setting über den Ausbildungsberuf informieren, sich mit Azubis austauschen und verschiedene Gewerke kennenlernen. Bei Interesse an dem Ausbildungsberuf vermittelt sie b-trend-setting an Partner und Ausbildungsbetriebe der Stadt.

Bei der Berufsschule für Medientechnik | b-trend-setting unter Leitung von Martin Behns beginnt das neue Ausbildungsjahr am 4. September 2023. Bewerbungen sind ab sofort möglich.

Wachsende Anforderungen: Multi-LTE Case für das Event-Internet von Eventnet

Weil das Management von Veranstaltungen digitaler und datenintensiver wird, stoßen herkömmliche Internetlösungen bei Events immer häufiger an ihre Grenzen. Das auf Internet-Lösungen spezialisierte Unternehmen Eventnet reagiert darauf mit der dritten Version seines Multi-LTE Case.



Performance-App
(Foto: Eventnet)

Die Adaption der mietbaren WLAN-Koffer-Lösung ist leistungsfähiger und flexibler als seine Vorgängermodelle. Mit bis zu drei LTE- oder 5G-Verbindungen und optionaler Hausleitung oder Satelliten-Internet versorgt es Veranstaltungsorte, Besucher und cloudbasierte Softwarelösungen mit einem schnellen und ausfallsicheren WLAN-Signal.

Das robuste Case in Koffer-Form bringt via Signal-Bündelung Events innerhalb kurzer Zeit ausfallsicher online. Es lässt sich optional mit einer Internetleitung vor Ort oder einem Satelliten-Internet kombinieren. Das System erlaubt Down-

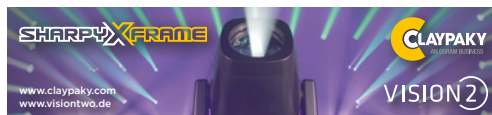
loads von bis zu 200 Mbit/s und Uploads von bis zu 150 Mbit/s.

Eventnet bringt mit dem Multi-LTE-Case eine Universallösung für Events auf den Markt, die hohe Bandbreiten benötigen und an Orten stattfinden, an denen die Provider-Situation unklar oder unzureichend ist. „Das System nimmt jedes Signal auf, das es bekommen kann, und bündelt sie zu einem starken Signal“, erklärt dazu Maximilian Pohl, Gründer und Geschäftsführer von Eventnet. Dadurch kann das System selbst mit einer schwachen DSL-Leitung umgehen und diese in den Pool einfügen. „Man muss noch nicht einmal vom Ausfall ausgehen, denn bereits Leistungsabfälle können der Eventplanung und -durchführung schaden“, sagt Pohl. Ein Internet-Backup gehöre heute einfach dazu.

Eine Herausforderung für die datenintensiven Anwendungen sind die Bedingungen auf Events: Daher ist der Koffer wetter- und stoßfest ausgestattet. Alle Antennen, sowie WLAN-Sender oder Netzwerkkabel lassen sich direkt am Koffer anbringen.

„Zum Multi-LTE Case haben wir ganz bewusst auch eine Performance-App entwickelt, mit der Kunden die Verbindung jederzeit im Blick behalten und WLAN-Einstellungen wie WLAN-Namen oder Passwort anpassen können“, sagt er. Wichtig etwa, wenn je nach Bereich unterschiedliche Teams auf dem Eventgelände arbeiten und hinzugefügt werden müssen.

Bei sehr entlegenen Orten, bei denen die digitale Netzabdeckung leistungsschwach oder gar nicht gewährleistet ist, lässt sich an das Multi-LTE Case 3.0 zusätzlich ein Starlink-SAT-Case als Backup anschließen.



Prime logistics für Veranstaltungstechnik

Der Dry-Hire-Spezialist NicLen und der Logistik-Experte mexs aus Sendenhorst beginnen eine Kooperation im Bereich Event Trucking. Unter dem Namen Prime logistics soll ab sofort und europaweit Veranstaltungstechnik geliefert werden. Ergänzt wird das Grundangebot durch eine Reihe weiterer Services.

Einerseits können Kunden, die bei mehreren Firmen Material für eine Veranstaltung gemietet haben, dieses von den jeweiligen Orten abholen, gebündelt anliefern und im Anschluss zurückbringen lassen. Andererseits ist es auch möglich, Touren oder Roadshows komplett begleiten zu lassen. Grundsätzlich kommen schwarze Trucks ohne Branding zum Einsatz.

„Gerade im Bereich Tourtrucking hat das mexs-Team sehr viel Erfahrung und Expertise vorzuweisen“, erläutert Marc Metzler, Head of Prime logistics: „Wir sind uns sicher, dass wir im gegenseitigen Austausch viel voneinander lernen und am Ende das bestmögliche Logistik-Angebot für Dienstleister aus der Branche schaffen können.“

Neben den Transporten selbst bietet Prime logistics auch Unterstützung im Bereich der Planung von Routen und der Organisation weiterer Schritte an. Dazu zählen Aufgaben wie die Be-



mexs-Geschäftsführer Rudi Bäumker, NicLen Co-CEO Nico Valasik und Marc Metzler, Head of Prime logistics (v.l., Foto: NicLen)

reitstellung von Sonderfahrgenehmigungen, Erstellung von Zollpapieren, Organisation von Zollbesuchen, Buchung von Fähren und mehr.

„Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit mit NicLen“, sagt mexs-Geschäftsführer Rudi Bäumker: „Durch die Kombination unserer Ressourcen und Netzwerke sind wir jetzt in der Lage, unseren Kunden eine noch umfassendere Lösung für ihre Event Trucking-Anforderungen anzubieten.“



Peter Johansen von DVT und Jörg Stöppler von NicLen (v.l., Foto: DVT Light)

NicLen und publitec starten Lichttechnik-Vertrieb

NicLen und publitec starten gemeinsam ein neues Geschäftsfeld. Ab sofort bieten sie ihren Kunden die Möglichkeit, verschiedene Scheinwerfer-Modelle in Deutschland und UK auch käuflich zu erwerben. Hierbei arbeiten sie eng mit dem dänischen Hersteller DVT Light zusammen.

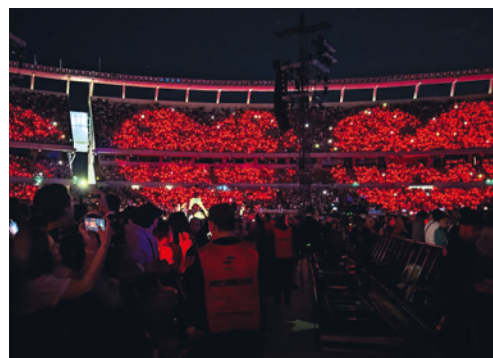
Mit der Erweiterung ihres Portfolios um die Distribution von Lichttechnik wollen NicLen und publitec Kunden umfassend bedienen. In Kooperation mit DVT Light werden fünf in Dänemark hergestellte Modelle in das Sortiment aufgenommen, die wahlweise gekauft oder gemietet werden können. Dazu zählen unter anderem die Washlights PJ-2.5 und PJ-5, die Strobes MB-4 und MB-8 sowie der Fresnel-Scheinwerfer MT-150 TW.

„Wir haben uns bewusst für eine Partnerschaft mit DVT Light entschieden, um unser Angebot zu erweitern und unseren Kunden noch mehr Vielfalt und Qualität bieten zu können“, erklärt Jörg Stöppler, Geschäftsführer von NicLen. Die neuen Lampenmodelle sind bei NicLen verfügbar.

LED-Technologie für interaktive Lichtshows

PixMob, Entwickler tragbarer LED-Technologie für interaktive Shows, will seine Geschäftstätigkeit in Europa erweitern. PixMob arbeitet mit Unternehmen und Künstlern zusammen, um Live-Veranstaltungen zu Lichtspektakeln zu machen. Mit tragbaren LED-Geräten wie Armbändern wird das Publikum in ein Lichtermeer verwandelt und Shows zum interaktiven, kollektiven Erlebnis.

Die PixMob-Technologie kam seit der Gründung des Unternehmens bereits bei mehr als 2.000 Veranstaltungen zum Einsatz. Dabei hat PixMob bereits mit zahlreichen Unternehmen und Künstlern zusammengearbeitet – unter



PixMob-Herzen bei Coldplay (Foto: PixMob)

anderem Super Bowl, Olympische Spiele, Eurovision Song Contest, Formel 1 sowie Shawn Mendes, Bad Bunny und Lady Gaga. In diesem Sommer unterstützt PixMob die Band Coldplay auf ihrer Europatournee.

Shaheem Litchmore, Lighting Director bei Coldplay, zur Partnerschaft mit PixMob: „Die Zusammenarbeit mit PixMob während dieser Tour ist einfach großartig. Mit dem Material gibt es viele Möglichkeiten, magische Momente zu schaffen, und wir haben gemeinsam neue Effekte und Lichtbewegungen entwickelt, die sogar die Form von Herzen annehmen, um die Fans zu begeistern.“

PixMob hat für die Coldplay World Tour ein kompostierbares Armband aus nachhaltigem Zuckerrohr entwickelt. Der LED-Experte übernimmt während der Tour auch die Wiederaufbereitung der Armbänder: Sie werden nach der Show eingesammelt, desinfiziert und mit neuen Batterien versehen.



Nachhaltigkeitsdiskurs

Ist Netto-Null ein großes Missverständnis?

Jürgen May von der Nachhaltigkeitsberatung 2bdifferent hat sich in einem Gastbeitrag mit dem Thema der „Klimaneutralität“ beschäftigt.



Der Weltklimarat (IPCC) definiert „Klimaneutralität“ als Konzept eines Zustands, in dem menschliche Aktivitäten keine Nettoauswirkung auf das Klimasystem haben. So steht es im IPCC Bericht Global Warming of 1.5° C. Für den Ausstoß an Treibhausgasen wurden im Rahmen des Kyoto-Protokolls völkerrechtlich verbindliche Zielwerte festgelegt, wobei die „Klimawirksamkeit“ in CO₂-Äquivalenten (CO₂eq) gemessen wird, mit Kohlenstoffdioxid als Richtgröße, zu der andere Treibhausgase wie Methan, Lachgas, Fluorkohlenwasserstoffe, Schwefelhexafluorid entsprechend ihrer Wirksamkeit in Bezug gesetzt werden. Beispielsweise ist Methan 25-mal klimaschädlicher als Kohlendioxid.

Die Nachhaltigkeit liegt voll im Trend. Und keine Frage – Klimaneutralität ist ein wichtiges klimapolitisches Ziel im globalen Kampf gegen den menschengemachten Klimawandel. Weltkonzerne proklamieren sie bereits jetzt, und Städte rund um den Globus wollen das Ziel bis 2030 erreichen: die Klimaneutralität. Begriffe wie Klimaneutralität, Net Zero oder Klimapositivität sind plötzlich in aller Munde. Von Sportgroßveranstaltungen, Kreuzfahrten, Konsumprodukten bis zu Industrieprozessen: Immer häufiger wird irgendetwas mit Etiketten wie „CO₂-neutral“ oder ähnlichen geschmückt. Klimaneutralität sei längst ein „Buzzword im fossilen Marketingsumpf“, urteilt Claudia Kemfert, Professorin am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin.

Übrigens, Deutschland möchte gar nicht klimaneutral werden! Das Bundes-Klimaschutzgesetz will eine „Treibhausgasneutralität bis 2045“ erreichen. Und die EU will bis 2050 „klimaneutral“ werden. Fazit: Je genauer man hinschaut, desto komplizierter wird es. Inzwischen gibt es mehr als 30 verschiedene Begriffe und Bedeutungen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert bereits ein generelles Verbot der Werbung mit Klimaneutralität. Kritik kommt auch von Seiten der Verbraucherorganisation Foodwatch. Sie fordert ein Verbot irreführender Klimaschutz-Werbung auf Lebensmitteln. Begriffe wie „CO₂-

neutral“ oder „klimapositiv“ sagten nichts darüber aus, wie klimafreundlich ein Produkt tatsächlich sei, es gehe nur um Greenwashing.

Dennoch nutzen beispielsweise einige Verbände dieses Wording in ihren aktuellen Verlautbarungen. Messen, Veranstaltungshäuser, Agenturen, Eventdienstleister und Veranstalter sind überwältigt von den Schlagworten rund um den Nachhaltigkeitsdiskurs. Flugs wurden und werden die Ziele und Strategien zur Klimaneutralität veröffentlicht. Fraglich ist aber das Verständnis aller Beteiligten über die ständig fallenden Begriffe wie „kohlenstoffneutral“, „THG-neutral“ oder „klimaneutral“. Doch was steckt tatsächlich dahinter? Wissen das wirklich alle?

Wie bereits an verschiedenen Stellen diskutiert, stellt sich somit die Frage: Was ist eine klimaneutrale Veranstaltung? Bislang funktioniert das Prinzip der Klimaneutralität, in dem beispielsweise ein Veranstalter seinen CO₂-Ausstoß von einem externen Zertifizierungsunternehmen berechnen lässt und dann die Menge durch Investitionen in Klimaschutzprojekte – meist Aufforstungsprojekte – ausgleicht. Längst sind diese CO₂-Kompensationen in die Kritik geraten: Bäumchen um Bäumchen wird gepflanzt, ohne den Hintergrund zu kennen und die Sinnhaftigkeit der Maßnahmen zu hinterfragen. Selbst Dietrich Brockhagen, Geschäftsführer von „Atmosfair“, sieht den Baum-Hype kritisch und hat sich komplett gegen Baumprojekte entschieden.



Längst sind CO₂-Kompensationen in die Kritik geraten: Bäume werden gepflanzt, ohne den Hintergrund zu kennen und den Sinn zu hinterfragen.

UBA-Empfehlung zu den Klimakosten

Klimakosten in Euro ₂₀₂₁ pro Tonne Kohlendioxid	2020	2021	2030	2050
1% reine Zeitpräferenzrate (Höhergewichtung der Wohlfahrt der heutigen Generation gegenüber der Wohlfahrt künftiger Generationen)	199	201	219	255
0% reine Zeitpräferenzrate (Gleichgewichtung der Wohlfahrt der Generationen)	695	698	721	782

Quelle: Umweltbundesamt 2020, Methodenkonvention 3.1 zur Ermittlung von Umweltkosten - Kostensätze und eigene Berechnungen

„Auch wenn wir alle freien Flächen auf unserem Planeten heute mit Bäumen bepflanzen würden, würde das nicht einmal 20 Prozent des Klimaproblems lösen. Zudem müssten diese Bäume mindestens bis zum Ende des Jahrhunderts stehen. Kaum eines der Baum-Projekte ist auf so lange Zeiträume ausgelegt,“ so Brockhagen.

Damit ist ein winziger Baum-Setzling, den wir bei unserer Event-Kompensation mitfinanzieren, somit oftmals nicht mehr als eine günstige Werbemaßnahme für den Event. Denn die Kosten, um eine Tonne CO₂ bei einem Event zu kompensieren, liegen bei allen gängigen Anbietern zwischen 15 und 40 Euro – unabhängig davon, ob CO₂ beim Eventprojekt vermieden, reduziert oder es keinerlei Maßnahmen zur CO₂ Reduktion gibt. Im Prinzip erst die Umwelt belasten, dann den Schaden ausgleichen lassen: so versprechen es die zahlreichen Anbieter von CO₂-Kompensationen. Allerdings geht die Rechnung so nicht auf, denn allein für die Folgekosten der durch die Emissionen verursachten Schäden weist das Umweltbundesamt rund 210 Euro pro Tonne Kohlendioxid aus. Somit würde der Messeauftritt eines Ausstellers mit 1.000 Tonnen CO₂ circa 200.000 Euro anstatt der heutigen Ausgleichzahlung von etwa 25.000 Euro betragen.

Noch fragwürdiger wird die Maßnahme vor dem Hintergrund der gemeinsamen Recherche der Zeit, der britischen Tageszeitung The Guar-

Übrigens, Deutschland möchte gar nicht klimaneutral werden! Das Bundes-Klimaschutzgesetz will eine „Treibhausgasneutralität bis 2045“ erreichen. Und die EU will bis 2050 „klimaneutral“ werden. Fazit: Je genauer man hinschaut, desto komplizierter wird es.

Die Branche der Kompensierer erscheint undurchsichtig. Es gelten keine einheitlichen Standards für CO₂-Labels. Es gibt keine gesetzlichen Mindeststandards.

Jürgen May
(Foto: 2bdifferent)



dian und des britischen Reporterpools Source-Material. Diese ergaben, dass über Jahre offenbar Millionen CO₂-Zertifikate verkauft wurden, die es nicht hätte geben dürfen. Die Recherche lege nach Angaben der ZEIT nahe, dass zahlreiche Waldschutzprojekte ihre Kompensation um ein Vielfaches überbewerten, weil die Regeln des wichtigsten Zertifizierers auf dem Markt dies zuließen – und die Aufsicht versagt habe. Sie lasse auch vermuten, dass über 90 Prozent aller Zertifikate wertlos seien.

Auch die Branche der Kompensierer erscheint undurchsichtig. Es gelten keine einheitlichen Standards für CO₂-Labels. Anders als bei den staatlich vergebenen Bio- und Öko-Siegeln gibt es keine gesetzlichen Mindeststandards, die Grundlagen für die Berechnung der Emissionen sind nicht einheitlich, sie haben nicht den Status eines offiziellen Klimasiegels und sie werden von privaten Unternehmen vergeben. Viele Siegel-Anbieter machten beispielsweise die Reduktion des CO₂-Ausstoßes nicht zur Bedingung oder prüften die Angaben zur Berechnung gar nicht oder nur unzureichend. Vor allem eine verdeckte Recherche der ZEIT verdeutlicht, wie die Labels agieren, die Firmen, Produkte und Dienstleistungen für klimaneutral erklären.

Inzwischen beschäftigen sich deutsche Gerichte mit der Legitimation zur Nutzung des Begriffs. Jüngst gewann ein Mainzer Hersteller von Reinigungs- und Pflegemitteln ein Gerichtsverfahren gegen seinen Konkurrenten. Laut dem Urteil des Oberlandesgerichtes Frankfurt, dass dies im Eilverfahren fällte, darf sich der Konkurrent in Teilen seiner Werbung nicht mehr als klimaneutral bezeichnen. Nach Angaben des Klägers entschied das Gericht, dass sich Unternehmen nicht mehr als klimaneutral bezeichnen dürfen, wenn sie bei der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks Emissionen ausgeklammert haben. In dem Fall wurden zum Beispiel Emissionen nicht berücksichtigt, die durch die Logistik für Ein- und Ausfuhr und durch Rohstoffe und Verpackungen entstanden. Aus Sicht des Klägers geht die Bedeutung des Urteils weit über den konkret verhandelt Fall hinaus und hat Relevanz für die gesamte Branche in Deutschland. Die Frage stellt sich, ob die Veranstaltungswirtschaft vor diesem Hintergrund mit ihren Kompensationsmodellen und dem Wording „Klimaneutralität“ auf dem richtigen Weg ist und wie es gelingen kann, eine transparente und somit glaubwürdige Nachhaltigkeitsbetrachtung von Events zu ermöglichen.

Autor: Jürgen May, 2bdifferent

Florence and the Machine

Lichtdesign von Andi Watson, Bühnenbild von Es Devlin

Die Welttournee von Florence and the Machine begann im Spätsommer letzten Jahres in Nordamerika und umfasste anschließend Shows von Melbourne bis London. Zum Beginn der Festival-Saison stehen Open-Airs in Brasilien und Europa an. Abgesehen von Lighting Director Sam O’Riordan, der schon lange für die Band tätig ist, arbeitete ein weitgehend neues Kreativteam an der Tournee. Das Lichtdesign geht auf ein Konzept von Andi Watson zurück. Es komplettiert das von Es Devlin entwickelte Bühnenbild.

Upstaging lieferte das Equipment, darunter große Stückzahlen von GLP JDC1 Hybrid-Strobes, einige impression X4 Bar 10 und 20, impression X4 auf der Bühne und X4 L im Rigg. Vor allem aber spezifizierte Andi Watson eine große Anzahl der neueren JDC Line 1000, die neben ihren leistungsstarken Strobe-Linien über LED-Pixel-Mapping-Optionen verfügen.

Als Watson zum Kreativteam hinzu kam, hatten Es Devlin und sein Kollege Ben Lucraft das Konzept bereits festgelegt. Später kam auch noch Jason Ardizzone-West dazu.

Andi Watson: „Ursprünglich wollte ich eine komplette LED-Leinwand direkt hinter einer Rückprojektionsleinwand auf die Bühne bringen, aber das passte nicht ins Budget. Also schlug ich stattdessen eine doppelte Reihe von JDC Lines auf einer verfahrbaren Traverse hinter der Rückpro vor, um ein dynamisches Hinterlichtband zu schaffen. Leider ging die Kinetik unterwegs verloren, sodass die Position und die Ausrichtung der Traverse und damit auch der Scheinwerfer schließlich fixiert werden mussten.“

Zwei durchgehende Reihen von JDC Line 1000 sind an einer einzigen 12-Zoll-Traverse hinter der Rückprojektionsleinwand in einem Abstand von knapp 40 Zentimetern aufgehängt. „Das Ergebnis ist atemberaubend schön. Es bedurfte einiger Experimente, um es perfekt zu machen, aber jetzt, wo wir die kleinen Details ausgearbeitet haben, ist es wirklich magisch.“

Zusätzlich zu den geflogenen Einheiten sind weitere fünf JDC Line 1000 in einem Bogen auf Bühnenhöhe hinter Florence, sowie jeweils eine einzelne kürzere JDC Line 500 vertikal auf Bodenhöhe hinter jedem Bandmitglied angebracht.

Ergänzt werden die JDC Lines durch drei Ebenen von JDC1. Ein Array ist an den horizontalen Traversen über der Bühne montiert und sorgt für die Beleuchtung von oben und ins Publikum hinein. Eine weitere Reihe von JDC1 auf der Bühne dient als Hinterlicht und sorgt für zusätzliches Licht auf der RP-Leinwand. Schließlich werden weitere Hybrid-Strobes auf einem Gestell zentral hinter dem altarähnlichen Bühnenelement eingesetzt, von wo aus sie den dort



Florence and the Machine
(Fotos: ArtPunk Caroline Anne)

„Ursprünglich wollte ich eine komplette LED-Leinwand direkt hinter einer Rückprojektionsleinwand auf die Bühne bringen, aber das passte nicht ins Budget. Also schlug ich eine doppelte Reihe von JDC Lines auf einer verfahrbaren Traverse hinter der Rückpro vor.“

angebrachten Stoff und die Kandelaber dynamisch hinterleuchten.

Zu guter Letzt hat Watson noch einige GLP-Klassiker integriert, darunter den impression X4 L. Watson: „Ich bin ein großer Fan dieser Scheinwerfer und habe sie schon bei vielen Produktionen eingesetzt. Sie verfügen über eine beeindruckende Pixel-Mapping-Funktion, die meiner Meinung nach dem ‚Standard‘-Layout der meisten Scheinwerfer mit mehreren konzentrischen Ringen weit überlegen ist. Die Möglichkeit, gerichtete Lichtverläufe zu erzeugen, ist für mich sehr wichtig.“

Für die Shows in Europa übernahm dann Neg Earth die Umsetzung.



DJ Roof beim Ikarus Festival
(Foto: Stageco Deutschland/
Tobias Schildknecht)

Stageco Deutschland baute für Ikarus Festival

Besonders weit musste das Material für den ersten Festivaleinsatz von Stageco Deutschland in diesem Jahr nicht transportiert werden: Rund 70 Kilometer vom Hauptsitz des Bühnen-Dienstleisters in Königsbrunn bei Augsburg entfernt, fand das Ikarus Festival 2023 auf einem ehemaligen Militärflughafen bei Memmingen statt. Für Stageco Deutschland markiert der Auf- und Abbau des DJ Roofs auf der Hauptbühne den Start in die diesjährige Festival-Saison.

Für das Ikarus Festival, das vom 26. bis 29. Mai stattfand, war Stageco Deutschland in diesem Jahr das erste Mal im Einsatz und lieferte für die Auftritte der DJs und Künstler auf der Hauptbühne eine Überdachung sowie zwei PA-Tower. Auf der Stageco Micro Arch mit transparentem Dach waren Acts wie Alle Farben, Paul Kalkbrenner, Lost Frequencies, Neelzy und Scooter zu sehen. Bereits zum siebten Mal veranstaltete Permanent Entertainment das Ikarus Festival auf dem Gelände in Memmingerberg mit rund 120 DJs und Künstlern.

LiveFrame setzt auf Blackmagic Design

Nach vier Jahren Abwesenheit kehrte das für seine Visuals und High-Spec-Produktionen bekannte Time Warp Festival vom 5. bis zum 7. Mai nach Mannheim zurück und konnte rund 30.000 Besucher verzeichnen. Die Produktionsfirma LiveFrame hat für das Time Warp Musikfestival einen Multikamera-Workflow basierend



Time Warp Mannheim
(Foto: Blackmagic Design)

auf Blackmagic URSA Broadcast G2 Kameras und dem ATEM Constellation 8K Live-Produktionsmischer eingesetzt. So unterstützt LiveFrame das Time Warp Festival mit schnell verfügbaren Inhalten für seine Social-Media-Streams.

„Beim Festival geht es nicht nur um die Musik, auch wenn die im Mittelpunkt steht. Die ganze Ästhetik des Events ist ein Erlebnis. Deshalb haben wir uns entschieden, die Show mit URSA Broadcast G2 aufzunehmen“, sagt Christoph Pauli, Geschäftsführer bei LiveFrame. Zu den von LiveFrame produzierten Leistungen gehörte ein Livestream des Adriatique DJ-Sets für den Sender ARTE sowie Content von vier Tanzflächen für die YouTube-, Facebook- und Instagram-Kanäle des Festivals. „Die Fähigkeit, die Zielgruppe, die nicht teilnehmen konnte, über Socials zu erreichen, ist für Festivalorganisatoren entscheidend geworden“, sagt Pauli.

Dies stellte das Team vor mehrere Herausforderungen, da das Routing von Feeds vom Festivalgelände zur mobilen Einrichtung von LiveFrame mehr als zwei Kilometer Glasfaser erforderte. Es gab auch Komplikationen hinsichtlich der Künstlergenehmigungen, etwa was gestreamt werden konnte und wann. Ein weiteres Problem lag darin, die Medien möglichst zügig an das

Redaktionsteam von Time Warp zu übergeben. Die Lösung bestand darin, Dateien von einer Reihe von HyperDeck Studio 4K Pro SSD-Rekordern per FTP auf den Medienserver des Kunden zu übertragen, auf den die Editoren sofort zugreifen konnten. „Vom Live-Auftritt zum Schnitt mit kreativem Feintuning zur Veröffentlichung vergingen weniger als 30 Minuten“, berichtet Pauli.

Mehrere Mini Converter Optical Fiber 12Gs, die gleichzeitig SDI und Glasfaser in beide Richtungen umwandeln, lieferten alle 24 Videosignale an ein Paar Smart Videohub 12G 40x40 Kreuzschienen an Bord des mobilen LiveFrame Ü-Wagen. Pauli führt aus: „Eine der Smart Video-

„Beim Festival geht es nicht nur um die Musik, auch wenn die im Mittelpunkt steht. Die ganze Ästhetik des Events ist ein Erlebnis. Deshalb haben wir uns entschieden, die Show mit URSA Broadcast G2 aufzunehmen.“

„Die Zielgruppe, die nicht teilnehmen konnte, über Socials zu erreichen, ist für Organisatoren entscheidend geworden.“

hub Kreuzschienen dient allein fürs Monitoring und die andere speist einen ATEM 2 M/E Production Studio 4K Mischer. So können wir uns im Ü-Wagen Multiview-Ansichten in verschiedenen Layouts inklusive einem mit 16 Fenstern anschauen.“

Zentraler Bestandteil des Workflows ist ein ATEM Constellation 8K in Kombination mit einem ATEM 2 M/E Advanced Panel zur Hardware-Steuerung. Die Produktion setzte beim Time Warp sieben URSA Broadcast G2 Kameras ein. Mehrere Kameras waren an den Lichttraversen angebracht und ließen LiveFrame Bühnenaufnahmen aus der Vogelperspektive filmen. Gesteuert wurden die Kameras mit einem ATEM Camera Control Panel aus dem Ü-Wagen. „Die zusätzlich auf Schienen neben den DJ-Mischpulten und der Bühne installierten drei Blackmagic Pocket Cinema Camera 6Ks wurden ebenfalls ferngesteuert“, ergänzt Pauli.



Brutalistisches Konzept

Lewis Capaldi tourt mit einem Video-Monolith

Nachdem Lewis Capaldi kürzlich seine bislang größte Europatournee abgeschlossen hat, welche ihn in zwei Monaten durch Arenen in 32 Städten führte, ist er aktuell in den USA unterwegs. Schon bei seinen letzten Konzerten vor dem Lockdown im März 2020 war Capaldi mit einem von Neg Earth gelieferten und von Cassius Creative inszenierten Beleuchtungspaket sowie einem neu konzipierten Bühnenbild unterwegs. Dabei kamen vor allem Beleuchtungslösungen von GLP zum Einsatz – in erster Linie ein großes Raster aus 102 leistungsstarken JDC1 Hybrid-Strobes.

Cassius hat mit dem langjährigen Produktionsleiter des Künstlers, Nick Lawrie, seit dieser früheren Arena-Tournee zusammengearbeitet und ein brutalistisches Konzept entwickelt, dessen Grundidee bei zwei Konzerten in der Londoner O2 Arena im vergangenen September vorgestellt

Cassius hat mit dem langjährigen Produktionsleiter des Künstlers ein brutalistisches Konzept entwickelt, dessen Grundidee bei zwei Konzerten in der Londoner O2 Arena im vergangenen September vorgestellt wurde.

Für die europäische Tournee wurde die Produktion so weit aufgestockt, dass sie schließlich 14 Trailer umfasste.

wurde. Es sollte sich als eine erste Version für die eigentliche Tournee erweisen, mit der nun das aktuelle Album „Broken By Desire To Be Heavenly Sent“ promotet wird. Dan Hill von Cassius sagt dazu: „Während diese O2-Bühnenshows für die diesjährige Tour aktualisiert und neu arrangiert wurden, sind die Grundlagen dafür bereits im September gelegt worden.“

Für die europäische Tournee wurde die Produktion so weit aufgestockt, dass sie schließlich 14 Trailer umfasste. Dafür ist unter anderem der riesige „Video-Monolith“ verantwortlich, der sich mit Hilfe eines komplexen Automatisierungssystems auf der Bühne hebt und senkt – und dessen Dach der Künstler in einer Szene gar als B-Bühne nutzt.

Hill erklärt, dass sie sich darauf konzentrierten, ein „zeitgemäßes“ Gefühl anstelle eines traditionellen Singer-Songwriter-Sets zu vermitteln. „Wir wollten, dass es progressiver wirkt, mit Strukturen und Formen spielt. So wie sich

Jim Capaldi
(Foto: Ed White)



das Album-Artwork entwickelt hat, haben wir auch die Beleuchtung, das Bühnenbild und die Videoinhalte entsprechend angepasst.“ Unter anderen lässt sich der Monolith öffnen – passend zum Album-Artwork.

Dan Hill: „Anstatt einer Videoleinwand hinten und Scheinwerfern vorn haben wir das Ganze umgedreht, sodass wir ein Rückwandraster aus 102 JDC1 haben, in das die Videowand eingesetzt wird.“

Das JDC1 Raster bildet den allgemeinen Rahmen, in dem sich die gesamte Performance abspielt – einschließlich des Monolithen aus Video-Content und der darin befindlichen Decke aus Licht. „Wir haben die kreativen Elemente des Videos gesteuert, das von Fray Studios gestaltet wurde, wobei die kreative Leitung bei Fray, uns und Lewis Capaldi gemeinsam lag. Die Lichtdecke im Inneren wirkt ebenfalls sehr architektonisch. Darin versteckt sind Lichtleisten, die eine sich abzeichnende Softbox aus Licht schaffen, die oft versteckt ist und im Zusammenspiel mit Nebel und Haze wirkt.“ Um eine maximale Wirkung zu erzielen, wurden die JDC1 Hybrid-Strobes im SPix Pro-Modus (62 DMX-Kanäle) programmiert.

56 impression FR10 Bars kommen im Dach zum Einsatz. Sie kreuzen vier Traversen, um eine große Box beziehungsweise eine Lichtsäule, zu

„Wir wollten, dass es progressiver wirkt, mit Strukturen und Formen spielt. So wie sich das Album-Artwork entwickelt hat, haben wir auch die Beleuchtung, das Bühnenbild und die Videoinhalte entsprechend angepasst.“

„Anstatt einer Videoleinwand hinten und Scheinwerfern vorn haben wir das Ganze umgedreht, sodass wir ein Rückwandraster aus 102 JDC1 haben, in das die Videowand eingesetzt wird.“

Jim Capaldi
(Fotos: Anthony Mooney)

erzeugen. Diese wurden im Modus 3 MultiPix (57 DMX-Kanäle) programmiert.

Cassius Creative fügte außerdem 14 Geräte der neueren JDC-Familie hinzu, die JDC Line 1000 sowie eine einzelne JDC Line 500. „Damit verfügen wir über eine 14,5 Meter lange, tief liegende Linie, die als Streifen unter den freitragenden Band-Risern angebracht ist“, so Hill. „Sie erzeugen eine direkte Stroboskop-Linie als tiefes Gegenlicht auf der Bühne und haben hier einen großartigen Job gemacht.“

Wie alle Scheinwerfer wurden sie in-house programmiert, jeweils im Mode 3 (168 Kanäle und 84 Kanäle).

Weitere Schlüsselfiguren der Produktion waren Tournee-LD Paul McAdams und Neg Earth, die unter der Leitung von Sam Ridgway Support leisteten. Tourmanager war Scott Smyth und Crewmanager Iestyn Thomas. Verantwortlich für die Bühnentechnik zeichnete sich All Access, die Videotechnik kam von 4Wall. Die szenische Gestaltung erfolgte durch Next Stage, die LED-Szenenelemente kamen von LED Creative und die Automation von Wi Creations.

Nach den US-Shows kehrt die Tour für die Festival-Saison nach Europa und Skandinavien zurück, bevor es weiter nach Australien und Neuseeland und dann zurück nach Großbritannien für die letzten Festival-Events des Sommers geht.



DLZ Creator

Mackie stellt neues Digitalmischpult vor



DLZ Creator
(Foto: Mackie)

Mackie stellt den neuen DLZ Creator vor – ein leistungsfähiges, adaptives Digitalmischpult für Podcasting und Streaming auf sendefähigem Qualitätsniveau für Einsteiger und erfahrene Anwender. Das Gerät ist eine professionelle Audiolösung für anspruchsvolle Content-Produzenten.

Herzstück ist die Mix Agent-Technologie, eine bordeigene Software, die sich wie ein Produktionsassistent verhält und den User bei jedem Schritt des Produktionsprozesses unterstützt. So justiert der Mix Agent etwa Eingangspegel, wählt abhängig vom Inputsignal passende Presets, konfiguriert den Kopfhörer-Out und vieles mehr. Die Auto-Mix-Funktion sorgt für gut verständli-

chen Sound sowie einen gleichmäßigen Ausgangspegel, wenn mehrere Teilnehmer gleichzeitig sprechen.

Der DLZ Work Mode bietet die Optionen „Easy“, „Enhanced“ und „Pro“. Dabei wird das gesamte User-Interface des Gerätes vollständig an die entsprechenden Modi angepasst. Während im „Easy“-Mode zahlreiche Presets eine maximal einfache und schnelle Handhabung ermöglichen, bietet „Pro“ alle Optionen zur „Hands-On“-Bedienung. Sämtliche Modi nutzen gleichermaßen die immense Rechenpower des DLZ Creator.

Zu den integrierten Effekten gehören ein parametrischer EQ, De-Esser, Kompressor/Gate, Atomizer Reverb und Chronotronic Delay. DLZ Creator bietet viele Features von Profi-Equipment in einem einfach zu bedienenden Format. Die Hardware orientiert sich an den ak-

tuellen Bedürfnissen anspruchsvoller Content-Produzenten: zehn Eingangskanäle, darunter vier Mic/Line-Eingänge mit neu entwickelten Onyx80-Preamps und 80dB Verstärkung, zwei Line-Eingänge, ein Smartphone-Eingang (Stereo-Miniklinke), sowie Bluetooth und USB-Port. Vier separate Kopfhörer-Ausgänge liefern jedem User seinen individuellen Mix.

Das 10,1-Zoll-Touch-Farbdisplay, neun 100 mm Fader, fünf dynamisch farbcodierte Drehregler und sechs hintergrundbeleuchteten Sample-Pads ermöglichen die Bedienung. Über das 14x4 USB-C Interface lassen sich Mehrspuraufnahmen sowohl auf einem Rechner als auch auf einem externen Flash-Drive oder einer SD-Karte realisieren. DLZ Creator soll ab dem zweiten Quartal 2023 verfügbar sein.

Schoeps stellt Mikro-Sonder-set zum 75. Jubiläum vor

Schoeps Mikrofone feiert 2023 sein 75-jähriges Bestehen. Der deutsche Mikrofonhersteller wird von vielen Profis in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen geschätzt. Schoeps-Produkte werden weltweit genauso auf Konzertbühnen wie auch an Filmsets, in Studios oder Sportarenen erfolgreich eingesetzt. Die Firma Schoeps Mikrofone trug mit vielen bedeutenden Entwicklungen zur Mikrofongeschichte bei, ihre Produkte wurden in unzähligen bedeutenden Produktionen eingesetzt.

Aus Anlass des 75-jährigen Jubiläums bietet Schoeps das „All-Black Studio Set“ an, ein Mikrofon-Set in limitierter Auflage. Es besteht aus einem Studiomikrofon V4 und einem Stereo-Paar der Colette-Serie aus Nieren-Mikrofonkapseln MK 4 und Verstärkern CMC 6. Mikrofone und Metallkoffer sind schwarz lackiert und mit einem Vintage-Schoeps-Logo graviert. Die Mikrofone werden durch eine Botschaft von Uli Schoeps, dem heutigen Inhaber des Unternehmens und Sohn des Firmengründers, ergänzt.



„All-Black Studio Set“
(Foto: Schoeps)

Das auf 75 Stück limitierte Set könnte sich zu einem beliebten Sammlerstück entwickeln, kostet aber auch mehr als 5.000 Euro.

Laserworld stellt CS-24.000RGB FX Laser vor

Laserworld kündigt den kostengünstigen Laserworld CS-24.000RGB FX an, ein Showlaser-System mit 22 Watt und zusätzlich integrierten Glaseffekten. Der CS-24.000RGB FX ist ein analog modularer Laser und kann daher hunderte von verschiedenen Farbtönen einschließlich Weiß erzeugen. Durch die



CS-24.000RGB FX
(Foto: Laserworld)

schnellen Scanner ist er auch in der Lage, einfache Grafiken darzustellen, sein Haupteinsatzgebiet sind jedoch kleinere Festivals oder Bühnen.

Der Laserworld CS-24.000RGB FX kann im Stand-alone-Modus, Sound-to-Light oder über DMX betrieben werden. Außerdem verfügt er über einen ILDA-Eingang für den Einsatz mit professioneller Computersteuerung.

Die eingebauten Glaseffekte können entweder per DMX – auch zusätzlich zur ILDA-Steuerung – geschaltet oder mit automatischer Umschaltung betrieben werden. Es sind drei Glaseffekte enthalten: Radial, Line und Burst. Damit lassen sich die Projektion vervielfachen und in einem breiten Winkel abstrahlen. Der CS-24.000RGB kann auch als normales Lasersystem verwendet werden, ohne dass die Glaseffekte geschaltet sind.

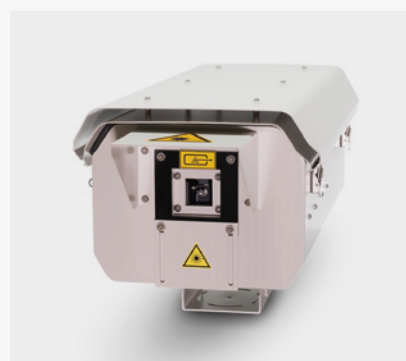
Der Montagebügel ist so konzipiert, dass er um 360° gedreht werden kann, so dass der Laser sowohl hängend als auch stehend betrieben werden kann.

tarm präsentiert neue Outdoor-Laser-Serie

tarm hat seine neue Outdoor-Serie vorgestellt, die speziell für Projektions-Mapping, Laserprojektionen oder Werbung mit Lasern entwickelt wurde. Mit dem wasserdichten IP65-Gehäuse sind die tarm Outdoor-Laser für jede Art von Außeneinsatz geeignet – vor allem für Festinstallationen, aber auch für den mobilen Einsatz. Die tarm Outdoor-Laser sind als tarm 3 Outdoor, tarm 6 Outdoor und tarm 11 Outdoor in verschiedenen Leistungsklassen erhältlich. Die Standardscanner sind mit 45 kpps bei 8° ILDA spezifiziert, können aber für maximale Leistung und Präzision auf CT-6210 mit LAS Turboscan-Treibern aufgerüstet werden. Die geringe Divergenz der Lasersysteme empfiehlt sie für scharfe und klare Strahlen und Projektionen über größere Distanzen.

Die tarm Outdoor Geräte sind wassergekühlt mit einem geschlossenen, internen System. Das macht die Geräte langlebig und ermöglicht den Einsatz in einem Umgebungstemperaturbereich von -10 bis +45°. Sie werden mit einer Wandhalterung geliefert, die für Festinstallationen konzipiert ist.

Die Geräte der tarm Outdoor-Serie sind standardmäßig mit dem leistungsstarken und vielseitigen ShowNET-Laser-Mainboard ausgestattet, so dass sie mit verschiedenen Steuerungsprogrammen wie Showeditor, Showcontroller, Mad-Laser, Touchdesigner, ILD Render über



Outdoor-Serie
(Foto: tarm)

die ShowNET-API angesteuert werden können. Sie lassen sich aber auch über ArtNET oder im Stand-alone-Modus betreiben. ILDA-Streaming ist als Option möglich, um die Kompatibilität der Steuerungsoptionen zu maximieren.

iiyama erweitert Digital Signage-Sortiment

iiyama hat den Verkaufsstart seiner neuen Prolite 54er Digital-Signage-Display-Serie bekanntgegeben. Sie ist die jüngste Ergänzung des iiyama LFD-Portfolios. Mit den Modellen LH3254HS-B1AG, LH4354UHS-B1AG, LH5054UHS-B1AG, LH5554UHS-B1AG, LH6554UHS-B1AG, LH7554UHS-B1AG, LH8654UHS-B1AG und LH9854UHS-B1AG umfasst die neue 54er-Serie acht Geräte mit einer Bildschirmdiagonale von 32 bis 98 Zoll sowie Auflösungen von 1.920 mal 1.080 bis zu 3.840 mal 2.160 Bildpunkten. Die Digital-Signage-Displays wurde speziell für den professionellen Dauereinsatz entwickelt.

„iiyama hat die perfekte All-in-One Digital-Signage-Lösung für unternehmenskritische Umgebungen entwickelt, die im Quer- und Hochformat rund um

die Uhr und ohne Unterbrechung betrieben werden kann. Mit einer Helligkeit von 500 cd/m² bleibt die 54er-Serie auch bei suboptimalen Lichtverhältnissen immer perfekt ablesbar. Dank des integrierten Android-Betriebssystems sind keine externen Gerätschaften erforderlich. Die Anzeige lässt sich out of



Modell der ProLite 54er-Serie
(Foto: iiyama)

the box an die persönlichen Bedürfnisse anpassen und Apps direkt im integrierten Speicher des Bildschirmes installieren. Das Content-Management-System iiSignage² ist angenehm intuitiv und auch für IT-Laien leicht verständlich“, erklärt Erkan Sekerci, Sales Director D/A/CH der iiyama Deutschland GmbH.

Dabei kann auch auf das Display zugegriffen und der anzuzeigende Inhalt geändert werden, wenn es sich nicht in direkter Reichweite befindet. Die LH-Serie ist über ihre integrierten WiFi- und Ethernet-Schnittstellen stets für die Fernübertragung von Inhalten bereit. Ein SDM#Steckplatz beziehungsweise OPS-Slot (je nach Modell) erweitert das Digital Signage-Display um PC-Funktionalität. Ein weiterer Vorteil ist die sogenannte „FailOver“-Funktion, die über eine automatische Signalerkennung verfügt und bei einem Signalverlust automatisch auf den nächsten verfügbaren Eingang umschaltet. Die Eingangsquellen können sogar priorisiert werden, sodass zu jeder Zeit die richtige Botschaft zu sehen ist. Stereo-Lautsprecher mit zehn Watt Leistung sowie eine Vielzahl analoger und digitaler Anschlussmöglichkeiten runden das Feature-Paket ab.

LG launcht LED-Display für virtuelle Produktionsstudios

LG Electronics (LG) hat die Einführung seines neuen LG Magnit (Modell LBAF) Displays für virtuelle Produktionen angekündigt. Das neue Modell ist ein riesiger Bildschirm, der die Micro-LED-Technologie des Unternehmens nutzt. LG

Magnit ist ideal für die Film- und Medienproduktion geeignet und kann digital gerenderte Bilder in Echtzeit anzeigen. Es lässt sich mit Monitoren, Kameras, Kameratrackern und Produktionscomputern synchronisieren, so dass virtuelle und Live-Action-Elemente nahtlos ineinander übergehen.

Speziell für virtuelle Produktionsstudios und XR-Bühnen entwickelt, bietet LG Magnit mit der Chip-on-Board (COB)-LED-Technologie von LG und einem Pixelabstand von 1,5 Millimetern die Bildqualität, die Funktionen und den Komfort, die für die Produktion professioneller Inhalte erforderlich sind. Benutzer können die Größe des angezeigten Bildes anpassen und zwischen einer hängenden und einer stapelbaren Installation wählen. Die Struktur der Micro-LED-Lösung hilft, Farbverzerrungen zu reduzieren, damit die Bilder über einen großen Betrachtungswinkel hinweg echt bleiben. Darüber hinaus ermöglicht LG Magnit eine nach innen gerichtete Krümmung von bis zu zehn Grad für Content-Ersteller, die einen immersiven Effekt bevorzugen. Das Design des Displays soll zudem die Ausrichtung der Module vereinfachen.

Für eine einfache Einrichtung und Verwaltung bietet LG Magnit eine komfortable Installation und Wartung. Das Micro-LED-Display von LG ist mit einem großen 35,6-Zoll-Gehäuse ausgestattet und verfügt über Panelmodule und Netzteile, die von der Rückseite zugänglich sind. „LG Magnit, ein hochwertiges Micro LED Display für die virtuelle Produktion, ist ein unschätzbbares Werk-



LG Magnit
(Foto: LG)

zeug für Broadcasting-Systeme, Filmstudios und XR-Bühnen, das Regisseuren hilft, ihren kreativen Visionen Leben einzuhauchen“, sagt Paik Ki-mun, Senior Vice President und Leiter der Information Display Business Unit der LG Electronics Business Solutions Company. „Durch die Zusammenarbeit mit Branchenführern wird LG sein Ange-

bot an Micro LED-Lösungen weiter ausbauen und großformatige Displays anbieten, die auf die besonderen Anforderungen verschiedener Branchen zugeschnitten sind.“

Die Magnit-Produktreihe wurde für den Einsatz in verschiedenen Umgebungen entwickelt und umfasst Displays für den Wohnbereich (Modell LSAD / Pixelabstand: 0,78 mm) sowie Lösungen für verschiedene Geschäftsbereiche, darunter Unternehmen, Einzelhandel und Gastgewerbe (Modell LSAB / Pixelabstand: 0,78/0,9/1,25 mm).

Sharp NEC erweitert Collaboration-Display-Portfolio

Sharp NEC Display Solutions Europe bringt die neue Sharp LC-Serie auf den Markt, die aus drei Collaboration Displays mit Infrarot-Touch-Technologie in den Größen 65“, 75“ und 86“ besteht. Die All-in-One-Displaylösungen verfü-



Sharp NEC LC-Serie
(Foto: Sharp NEC)

gen über vorinstallierte Funktionalitäten und State-of-the-art Konnektivität, die eine interaktive Nutzung fördern.

Die Modelle der Sharp LC-Serie sind echte Plug-and-Play-Lösungen, die Bring-Your-Own-Meeting-Szenarien (BYOM) unterstützen: Mit nur einem einzigen Kabel lassen sich die Displays über USB-C mit externen Geräten wie Laptops verbinden und Präsentationen sofort starten. Über den zusätzlichen HDMI-Ausgang können Nutzer die LC-Modelle mit Projektoren – beispielsweise in einem Auditorium – verbinden und Inhalte einfach an externe Quellen weiterleiten, sollte das Display für ein größeres Publikum nicht ausreichen.

Den Startbildschirm der Sharp LC-Serie können Nutzer individuell gestalten, wodurch sie besonders einfach auf Anwendungen zugreifen können. Darüber hinaus können sie die Inputs umbenennen, um sie beim Umschalten

der Quellen besser wiederzuerkennen. Die Displays verfügen außerdem über vorinstallierte Anwendungen wie E-Share, mit denen Inhalte drahtlos zwischen Geräten und Teilnehmern ausgetauscht werden können.

„Die Sharp LC-Serie wurde entwickelt, um die Interaktivität in der universitären Lehre oder bei Schulungen in Unternehmen zu steigern“, so Ralph Kolen, Product Manager Interactive Solutions bei Sharp NEC Display Solutions Europe. „Deshalb haben wir darauf geachtet, dass die LC Collaboration Displays mit verschiedenen intelligenten Funktionen ausgestattet sind, die die Nutzung sehr einfach machen. Bei Bedarf können die Displays außerdem mit einem OPS-PC ausgestattet werden, um die Rechenleistung zu erhöhen oder um kein eigenes Endgerät verbinden zu müssen. Mit dem NaViSet Administrator können die Displays zusätzlich remote eingerichtet und verwaltet werden. Anwender profitieren dann von umfassendem Fernsupport und -wartung, einem geringeren Verwaltungsaufwand und niedrigeren Kosten.“

Yamaha stellt Stagepas 100 vor

Mit Stagepas 100 stellt die Yamaha Corporation ein ultrakompaktes, tragbares PA-System mit den Maßen 239 x 310 x 215 mm mit Griff und einem Gewicht von fünf Kilogramm vor. Ausgestattet ist Stagepas 100 mit einem Drei-Kanal-Digitalmixer, einem 100-Watt-Class-D-Leistungsverstärker und einem koaxialen Kompressionstreiber mit 1,4-Zoll Schwingspule (HF) und 6,5-Zoll Konus-Lautsprecher (LF).

Das leichte und robuste Design verfügt über zwei Mono-Mikrofon/Line-Eingänge mit Kombibuchsen, einen Miniklinken-Stereo/Mono-Line-Eingang und einen Mono-XLR-Mixausgang. Die Multipoint-Bluetooth-Funktionalität ermöglicht die kabellose Audiowiedergabe von Smartphones, Tablets und Laptops.

Die übersichtlichen Bedienelemente auf der Vorderseite umfassen einen Pegelregler für jeden physischen Eingang sowie einen Zweiband-Master-EQ, mit dem sich der Sound schnell und einfach einstellen lässt. Mit einem Frequenzbereich von 70 Hz bis 20 kHz und einem Abdeckungsbereich von 90° H x 90° V liefert die Stagepas 100 genügend Per-

formance. Für einen präzisen Phasen-gang sorgen Yamaha FIR-X-Filter.

Der Tragegriff des Geräts dient gleichzeitig als Stativ. Der Neigungswinkel kann stufenlos verändert werden. Der



Stagepas 100
(Foto: Yamaha)

Griff verfügt außerdem über ein Standard-Gewinde mit einem Durchmesser von 3/8", das die Montage auf einem Mikrofonstativ ermöglicht.

Neben dem Standardmodell ist auch die Stagepas 100 BTR erhältlich. Diese verfügt über einen wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Akku mit großer Kapazität, der bis zu sechs Stunden Dauerbetrieb ermöglicht.

Ledtek präsentiert die LED-Wand P2+sBL NEO

Ledtek präsentiert die LED-Wand P2+sBL NEO aus der NEO-Serie. Die LED-Wand mit der Quadtek Technologie ist die neueste Indoorwand des Göttinger Herstellers und zeichnet sich unter anderem durch eine hohe Auflösung und große Robustheit aus.

Bei der P2+sBL NEO handelt es sich um eine hochauflösende Indoorwand. Trotz ihres geringen Pixelpitches von 2,6 mm und den kleinen LEDs zeichnet sie sich durch eine robuste Oberfläche aus. Grund dafür ist die Quadtek Technologie, bei dem jeweils vier LEDs zu einer Einheit werden. Daraus ergibt sich laut Aussage von Ledtek gegenüber der herkömmlichen Methode mit einzeln verlöteten LEDs eine bessere Kräfteverteilung. Die LEDs sollen bei Stößen oder Schlägen weniger schadensanfällig sein, was insbesondere im Rental-Bereich, in dem LED-Module häufigem Auf- und Abbau und vielen Transportwegen ausgesetzt sind, Vorteil bringt. Auch die Reparatur einer LED-Kachel der P2+sBL NEO wird durch dieses Vorgehen erleichtert, da es auf einen Harz-

verguss verzichtet. Einzelne Vierergruppen lassen sich entfernen und ersetzen, ohne dass im Anschluss sichtbare Spuren bleiben.

Die Blackface-LEDs der P2+sBL NEO und der Verzicht auf einen spiegelnden Überzug erzeugen ein sattes Schwarz, das nicht durch Reflektionen gebrochen wird. Ausgestattet ist die NEO mit der A10s Pro Empfängerkarte von NovaStar. Auch die Farbwiedergabe der LED-Wand kann überzeugen, denn mit ihren mehr als 281 Billionen Displayfarben, dem Kontrastverhältnis von 10.000:1 und der Helligkeit von 1.500 Nits erzeugt die P2+sBL NEO farbintensive und farbechte Bilder. Die Bildwiederholungsrate von 7.680 Hz sowie eine Scanrate von 1/16 lassen überdies ein flüssiges und dynamisches Bild entstehen.

Ihre Eigenschaften machen die P2+sBL NEO auch für den Bereich der Film- und Fernsehproduktionen interessant. So erleichtert die nichtspiegelnde Oberfläche den Einsatz von Beleuchtung. Die Auflösung gepaart mit der hohen Bildwiederholungsrate ermöglichen auch für Kameraaufnahmen ein farbintensives und flickerfreies Bild. Die LEDs der NEO-Serie ragen über die zwischen ihnen gelegenen Shader hinaus, so dass das Bild auch aus einer angewinkelten Perspektive noch überzeugt und der Moiré-Effekt reduziert wird.

Mit der NEO-Serie führt der Hersteller LEDTEK nun erstmals eine curvebare LED-Option in sein Portfolio ein.



P2+sBL NEO
(Foto: Ledtek)

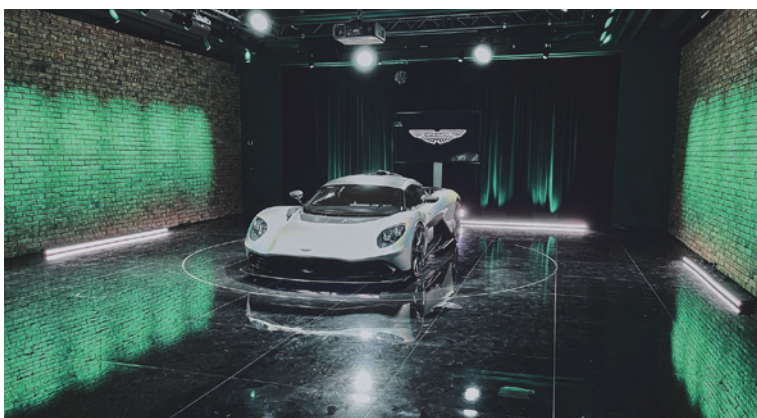
Die Eckmodule ermöglichen eine weite Spanne von sanft geschwungenen Bögen und Rundungen bis hin zu 90°-Winkeln.

Die schon von der Ledtek PRO-Serie bekannten Aufbauvarianten, die sich aus verschiedenen Installationsmöglichkeiten für den Innen- und Außenraum zusammensetzen und sich dabei alle auf den eigens entwickelten Tri-Frame als Kernelement stützen, sind mit der NEO-Serie kompatibel.

Vielseitige Effekte

Bambus Veranstaltungstechnik investiert in GLP JDC Line

Bambus Veranstaltungstechnik aus Stuttgart bietet seit über 25 Jahren Full-Service im Großraum Stuttgart und darüber hinaus. Mit der Investition in GLPs vielseitige Hybrid-Bar JDC Line entscheidet sich Inhaber Marc Gschweng nun für die Mischung aus Strobe und LED-Pixelmapping-Lines.



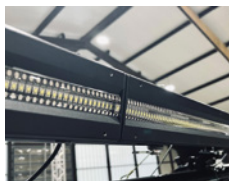
GLP JDC Line bei Bambus
(Fotos: GLP)

Jeweils acht Stück der 50 Zentimeter langen JDC Line 500 und der doppelt so langen JDC Line 1000 stehen dort ab sofort zur Verfügung. Ausschlaggebend für die Investition sei der Wunsch eines Lichtdesigners gewesen, der direkt mehrere Einsätze für die neuen Hybrid-Geräte geplant hat.

„Die JDC Line von GLP ist wirklich etwas Besonderes, mit dem wir uns auch ein Stück weit vom Wettbewerb abheben können“, sagt Marc Gschweng. „Die Kombination aus vielseitigen LED-Effekten und High-Power Strobe-Lines machen das Gerät zu einer flexibel einsetzbaren Lösung, die auf Festivals und Konzerten genauso zu überzeugen weiß, wie auf Industrieveranstaltungen. Außerdem erlaubt es die Linienform architektonisch mit Licht zu arbeiten, was sich bei vielen Veranstaltungen anbietet. So lässt sich mit einem Gerät wahlweise eine Bühne dezent betonen oder auch richtig druckvoll Effektlicht machen. Nicht zuletzt hat mich die gute Betreuung durch Dejan Hajdukovic von GLP davon überzeugt, mit der JDC Line den richtigen Schritt zu tun.“

JDC Lines lassen sich wie alle linearen Leuchten von GLP nahtlos miteinander verbinden. Als Hybrid-Fixture kombiniert die JDC Line segmentierbare Weißlicht-Strobes mit zwei ebenso segmentierbaren RGB-LED-Linien hinter einer Linse. Seit der Auslieferung kamen die JDC Lines von Bambus Veranstaltungstechnik schon bei der Verleihung des Bundesverdienstkreuzes sowie beim STAR-Festival zum Einsatz.

„Die JDC Line von GLP ist wirklich etwas Besonderes, mit dem wir uns auch ein Stück weit vom Wettbewerb abheben können.“



Die Kombination aus vielseitigen LED-Effekten und High-Power Strobe-Lines machen das Gerät zu einer flexibel einsetzbaren Lösung, die auf Festivals und Konzerten genauso zu überzeugen weiß, wie auf Industrieveranstaltungen.“

NicLen investiert umfangreich in Chauvet Equipment

Der Dry Hire Spezialist NicLen fügt seinem Mietportfolio IP65-Lampen des US-Herstellers Chauvet hinzu. Ab sofort können Kunden den Maverick Storm 2 BeamWash, den Rogue Outcast 1L Beam, die Colorado PXL Bar 16 Pixelbar und den Color Strike M mieten. Alle Modelle sind ab sofort und in ausreichender Stückzahl bei NicLen verfügbar.



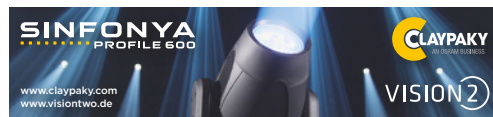
Rexforth (Sales Manager Germany, Chauvet) und Stöppler (Co-CEO/CCO, NicLen) im NicLen-Lager (Foto: NicLen)

Der Maverick Storm 2 BeamWash kombiniert 19 RGB-LEDs 50 Watt mit einem Außenring, bestehend aus 144 Watt RGB-LEDs 0,2 Watt, welche einen Output von fast 10.000 Lumen ermöglichen. Weiter bietet das Wash-/Beamlight einen Zoombereich von 3,6° bis 53,4° sowie eine Reihe integrierter Effektmakros.

Die 140 Watt starke LED des Rogue Outcast 1L Beam kann einen sehr engen Lichtstrahl mit einem Zoom bis 1,4° erzeugen und ist mit Farbrad, Goborad, dualen Prismen und Frostfiltern ausgestattet.

Die Colorado PXL Bar 16 hat eine Tilting-Funktion bis 200° und 16 RGBW LEDs 45 Watt, während der Color Strike M über einen motorisierten Tilt bis 180° verfügt und 896 Tri-Color SMD LEDs mit zwei weißen LED-Röhren, bestehend aus 432 CW LEDs, kombiniert.

Alexander Rexforth, Sales Manager von Chauvet Deutschland, kommentiert: „Wir freuen uns sehr, dass NicLen als einer der größten Dry Hire-Anbieter in Europa auf unsere umfangreiche Produktpalette setzt“.



Dominique Hoffmann wird Technikkuratorin des WDR

Neue Leiterin der Direktion Produktion und Technik im WDR wird Dominique Hoffmann. Die 42-jährige Ingenieurin übernimmt das Amt in diesem Sommer. Der bisherige Amtsinhaber Wolfgang Wagner ist Ende März in den Ruhestand gegangen.

Dominique Hoffmann verantwortet seit 2020 die Hauptabteilung Distribution und Entwicklung in der Technik- und Produktionsdirektion des SWR. Sie studierte „Medien und Informationswesen“ und „Com-



Dominique Hoffmann
(Foto: SWR/WDR)

munication and Mediaengineering“ an der Hochschule Offenburg und startete 2006 ihre Karriere beim SWR. Dort war sie zunächst als System- und Projektingenieurin tätig. Von 2012 bis 2017 bearbeitete sie als Referentin des Direktors Technik und Produktion die ganze Themenbandbreite der Direktion. Im Anschluss leitete sie die Abteilung Produktionssysteme.

Arne Stadler leitet Arri CPO-Programm

Im Rahmen des Approved-Certified-Pre-Owned-(CPO-) Programms bietet Arri gebrauchte, technisch generalüberholte Produkte mit der gleichen Gewährleistung wie bei Neuprodukten zum Verkauf an. Dieses glo-



Arne Stadler
(Foto: Arri)

bal ausgerichtete Programm leitet ab sofort Arne Stadler als Business Manager Certified Pre-Owned Program Camera Systems & Lighting. Er übernimmt diese Aufgabe von Christian Richter, der das CPO-Geschäft bei Arri in den vergangenen fünf Jahren erfolgreich auf- und ausgebaut hat und sich fortan auf seine Rolle als General Manager Sales & Solutions EMEA konzentriert. Arne Stadler berichtet an Stephan Schenk, General Manager Global Sales & Solutions.

Vor seinem Eintritt bei Arri verantwortete Arne Stadler das Business-Development von Filmkameras und -optiken bei Canon für die DACH-Region. Der Ingenieur der Film- und Medientechnik blickt auf umfangreiche Vertriebs- und Branchenerfahrung zurück und begann seine Laufbahn als Kameramann und Steadicam-Operator.

DTHG Service bekommt eine neue Geschäftsführung

Zum 1. Juli 2023 wechselt die Geschäftsführung der DTHG Service GmbH. Auf Hubert Eckart, der die Geschäftsführung seit Juli 2008 verantwortet, folgen Wiebke Pohl und Viktoria Ebel.

Wiebke Pohl wurde 1989 in Halle an der Saale geboren. Nach dem Bachelor-Studiengang an der Technischen Universität Ilmenau im Bereich der Angewandten Medienwissenschaft studier-

te sie Medienmanagement an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur in Leipzig (MEng). Anschließend war sie unter anderem als Aufnahmeleiterin in der TV-Produktion und zuletzt als Projektmanagerin in einer Digitalagentur tätig.

Viktoria Ebel wurde 1988 in Heidelberg geboren. Während ihres Studiums der Theaterwissenschaft in Mainz arbeitete sie unter anderem für das Kinder- und Jugendtheaterzentrum in Frankfurt, den ZDF Theaterkanal und Arte. Nach einem Auslandsjahr an der Universität in Paris schloss sie ihren Magister ab und trat eine Stelle beim Goethe-Institut Paris an. Dort organisierte sie knapp sieben Jahre lang internationale Kulturveranstaltungen insbesondere in den Bereichen Theater, Tanz und Film. Von 2015 bis 2019 koordinierte sie außerdem das Pariser Büro des Deutsch-Französischen Instituts Ludwigs-



Wiebke Pohl und Viktoria Ebel
(v.l., Foto: Christof Jakob Heinz/DTHG)

burg, zu dessen Aktivitäten ein Programm für Nachwuchsjournalisten gehörte.

Hubert Eckart verabschiedet sich am 30. Juni in den Ruhestand.

Russell Brown wird Sales Manager bei GLP USA

GLP verpflichtet Russell Brown als Sales Manager. In dieser Funktion wird er fortan Kunden des Unternehmens im Südosten der Vereinigten Staaten betreuen.

Brown ist seit fast 30 Jahren in der Branche tätig und begann seine Karriere als preisgekrönter DJ. Danach hat er für zahlreiche renommierte Unternehmen gearbeitet, wo er erfolgreich Teams von bis zu 45 Mitarbeitern geführt und seine Fähigkeiten in der Vertriebs- und Marketingwelt verfeinert hat. GLP freut sich sehr auf die Zusammenarbeit mit Brown, der über



Russell Brown
(Foto: GLP)

ein umfangreiches Wissen im Bereich der Live-Veranstaltungstechnik sowie über ein großes Netzwerk verfügt.

Russell Brown erklärt: „Meine Erfahrung als tourender DJ sowie in den Bereichen Vertrieb, Kundensupport und Produktentwicklung in der Audio-Branche, kombiniert mit meiner Leidenschaft für themenspezifische Unterhaltung, verschafft mir eine einzigartige Perspektive in der Branche. Ich freue mich darauf, das Wissen, das ich von großartigen Mentoren lernen durfte, mit der GLP-Familie zu teilen.“

GLP Sales & Marketing Director Tyler Wise fügt hinzu: „Russell bringt jahrzehntelang gewachsene berufliche Beziehungen aus mehreren Fachgebieten mit. Sein Talent und seine Persönlichkeit sind eine willkommene Bereicherung für das GLP-Team, da wir weiterhin den Kundenwünschen nach mehr marktspezifischem technischem Fachwissen und Detailtreue nachkommen möchten. Wir freuen uns darauf, dass Russell mit unseren Kunden im Südosten der Vereinigten Staaten zusammenarbeiten wird.“

Marketing Services

FUNK- UND INTERCOMTECHNIK



INTELLIGENTE
MEDIEN NETZWERKE
FÜR VIDEO, AUDIO, DATEN UND KOMMUNIKATION



www.riedel.net

Riedel Communications
GmbH & Co. KG

Uellendahler Straße 353
42109 Wuppertal

Niederlassungen:
Berlin, Wien, Zürich

T 0202 2929-0
F 0202 2929-999
rental@riedel.net
www.riedel.net

Kongresse, Messen, Events, Sport- oder Kulturveranstaltungen – Riedel bietet Ihnen stets die passende Kommunikationslösung. Vermietung von Funk- und Intercomtechnik, IT-Infrastruktur, LWL und Wireless Video Systemen. Umfassender Service von der Projektplanung bis zum Betrieb vor Ort. Motorola-Vertriebspartner.

GROSSSCHIRME . ÜBERDACHUNGSSYSTEME



Magic Sky® GmbH

Grombacher Straße 70
75045 Walzbachtal

T +49 (0)7203 502060
F +49 (0)7203 502069
info@magic-sky.de
www.magic-sky.de

Die Magic Sky Schirmsysteme überdachen nahezu alle Events. Mit ihrer variablen Bauweise, den Größen von 10 m bis 42 m Durchmesser und der flexiblen Aufstellung bieten die Schirmsysteme den perfekten Witterungsschutz. Einsetzbar im Outdoor-, Indoor-Bereich sowie als Werbeträger. *Der Schirm ist das Gestaltungselement für faszinierende Eventkonzeptionen.*

TECHNISCHE DIENSTLEISTUNG



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.digital

Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung. Auf unserer eigenen, wandelbaren Plattform setzen wir Ihr Event in Szene und bringen die Emotionen zurück zum Publikum. Wir wollen Ihr Partner mit hoher Beratungskompetenz bei der Umsetzung für den gemeinsamen Erfolg sein.

TRAVERSEN UND ANSCHLAGMITTEL



Global Truss GmbH

Im Stöckmädle 27
76307 Karlsbad

T +49 7248 94790 60
info@globaltruss.de
www.globaltruss.de

Bereits seit dem Jahr 2000 fertigt Global Truss Produkte aus Aluminium. Mit über 120 Mitarbeitern weltweit ist Global Truss mittlerweile zu einem der Marktführer im Traversenbusiness gewachsen. Neben dem Hauptsitz in Taiwan und Logistikhubs in der ganzen Welt hat Global Truss auch einen europäischen Standort in Deutschland.

VERANSTALTUNGSTECHNIK



Dein Großhandel für
Licht, Ton & Eventtechnik



B&K LUMITEC

2 rue Alfred Kastler
Zone Industrielle
67850 Herrlisheim –
France

T +33 (0) 3.88.96.80.90
info@bklumitec.com

Office Deutschland:
T +49 7248 94790 30
export@bklumitec.com

B&K LUMITEC ist ein erfolgreiches Unternehmen mit Sitz in Herrlisheim an der deutsch-französischen Grenze. Mit den Produkten aus der großen B&K Lumitec – Markenwelt werden viele kleine und große Veranstaltungen & Events professionell umgesetzt. Der moderne Onlineshop ermöglicht darüber hinaus einen direkten, schnellen Kontakt sowie sicheren Einkauf für die Kunden.



Live.Digital.On-site

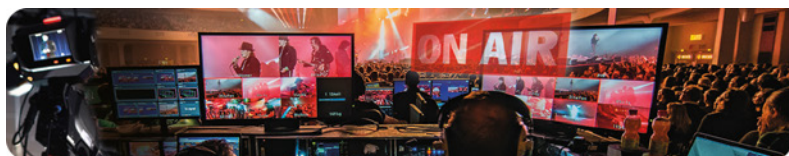


btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf
Frankfurt • Hannover
München • Poznań

T +49 (0)211 90449-0
F +49 (0)211 90449-444
contact@btl-x.de
www.btl-x.de

Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie **Content, Kreativität** und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln **Streaming-, Hybrid- und Live-Events** und liefern dabei u. a. eigens konzipierte **Websites** und maßgeschneiderte **Hygienekonzepte** für dein Event* aus einer Hand.



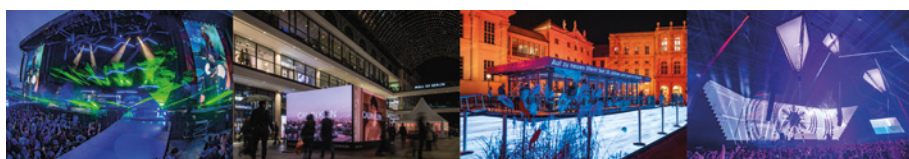
epicto GmbH

Flößerstraße 4
68535 Edingen-
Neckarhausen

T +49 (0)6203 4046-0
info@epicto.de
www.epicto.de

Außergewöhnliche Erlebnisse entstehen erst durch eine durchgängige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleisten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinterstehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.

VIDEO



SCREEN VISIONS®

Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart

T 0711 21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen

- On-Screen-Vermarktung
- Digitale Promotionmodule
- Beratung für Festinstallationen

- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET: www.stagereport.de

Christian Frank

Christian Frank leitet den Vertrieb bei Euratech Rental in Dornach bei München.



Christian Frank
(Foto: Euratech Rental)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Mir hat es schon immer gefallen, schnell und flexibel auf unvorhersehbare Situationen reagieren zu müssen und wo bitte bieten sich mehr Gelegenheiten dazu als in unserer Branche?

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

DJ.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ach, da gibt es noch den einen oder anderen . . .

Was macht Sie glücklich?

Wenn Dinge funktionieren! Zeit mit der Familie!

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die bangen Minuten bis feststand, dass bei der Geburt meiner Tochter letztlich doch alles gut verlaufen ist!

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

In jungen Jahren habe ich mal meine Plattensammlung an einen ‚guten Freund‘ verliehen. Anschließend waren die Platten und der gute Freund verschwunden. Das würde mir nicht mehr passieren!

Was machen Sie gegen Stress?

Bewegung an der frischen Luft und meine kleine Tochter erden mich ungemein!

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Den Dalai Lama! Er strahlt eine Ruhe und Gelassenheit aus, Wahnsinn!

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Aus dem Leben eines Taugenichtes“. Ich liebe Reclam-Hefte!

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Jan Delay: „Earth, Wind & Feiern“.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Udo Lindenberg vor ein paar Jahren in München! Weltklasse!

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

„das Schuhbauers“ in Kirchdorf! Bei mir ums Eck, gute, regionale und ehrliche Küche und im Sommer ein schöner Biergarten!

Impressum

21. Jahrgang · Verlag AktivMedia GmbH, Zum Bahnhof 10, 31311 Uetze/Dedenhausen, Tel 05173 9827-0, Fax 05173 982739, eMail info@stagereport.de, www.stagereport.de · **Chefredaktion** Peter Blach, pblach@stagereport.de · **Redaktion** Gabriele Stolte, gtolte@stagereport.de, Elke Bartels, ebartels@stagereport.de, Marco Raupach, mraupach@stagereport.de · **Anzeigenmarketing** Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders, Tel 07203 502727-0, Fax 07203 502727-18, ugsanders@aktivmedia.biz · **Produktion** Sandra Fink, sf@betriebsbuero.com · **Druck** Druckpunkt Langer / Uetze · **Gerichtsstand** Burgdorf · Der StageReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Logistik und -Technik. Sie erscheint monatlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt in Deutschland 59,50 Euro (im Ausland 88,50 Euro). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. (Preise jeweils inkl. Versandkosten) ISSN 1611-633X

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

TEXT, VERBREITUNG,
ARCHIVIERUNG, BERATUNG,
DURCHFÜHRUNG, SOCIAL MEDIA,
NEWSLETTER

WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE



Max. 20h



App



Wireless DMX



IP65

AX2⁵⁰
PIXELBAR

AX2¹⁰⁰
PIXELBAR

DIE AX2 PIXELBAR

ASTERA meets Wallwasher

Perfekte Objekt-Beleuchtung durch individuell adressierbare LEDs mit exzellenter Farbwiedergabe sowie einem nativen 21°-Beam - und natürlich all den bekannten Astera-Vorteilen.

ZWEI GRÖSSEN

AX2-50: 52cm – 8 x 10 Watt
AX2-100: 102cm – 16 x 10 Watt

BARCONNECT+

Verbindung mehrerer PixelBars sowie integrierte Infrarot-Kommunikation (Autoadressierung für AsteraApp & DMX-Steuerung)

AIRLINE TRACKS

unten UND seitlich für einfachste Montage (z.B. mittels TRACKPIN oder TRACKHANGER)



FLYBAR

Aufhängung möglich in einem Winkel von 0° bis 20°.



JETZT WIEDER LIEFERBAR.



Vertrieb durch:
Kaiser Showtechnik GmbH
Steinerne Furt 88 | 86167 Augsburg | 0821 - 48 04 08-70 | astera@kaiser-sales.de

WWW.KAISER-SALES.DE

