

Beim Open Air Frauenfeld wurde ein grosser Teil der dekorativen «Skyline», welche das Erscheinungsbild des Festivals zentral prägt, durch Sponsoren finanziert.

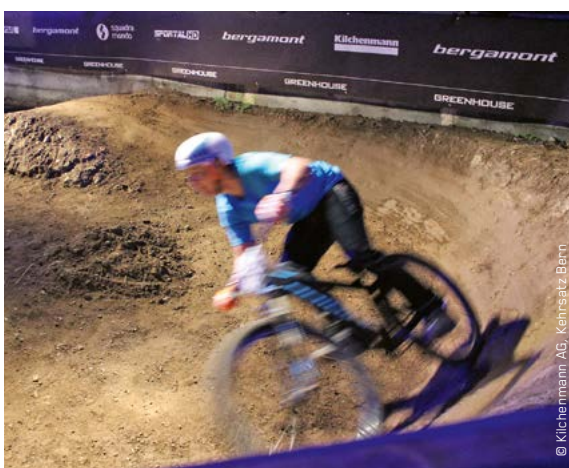


© Stagelight AG Showtechnik, Herisau

festen und beweglichen Beleuchtungssystemen. Professionelle Lichttechniker können mit ihrer Arbeit die Beschallungstechnik wirkungsvoll in Szene setzen und ein starkes gesamtheitliches Erlebnis anbieten.

Die klassische Lichttechnik wird immer mehr von der LED-Technik verdrängt. Die Vorteile dieser Technik sind der einfache Wechsel von Lichtstärke und Farbtemperatur. Zudem können LED-Beleuchtungen die Lichtkonturen sehr präzise abbilden.

**Gute Event-Technik kann Sponsorenlogos so präsentieren, dass sie auf möglichst vielen Kanälen wahrgenommen werden.**



© Kilchenmann AG, Kehrsatz Bern

## Bühnentechnik

Meist als «Gerüstbau» wahrgenommen, werden mit der Bühnentechnik temporäre Bauten erstellt. Ob Bühnen, Tribünen, Podeste oder Catwalks, es entstehen Bauten, welche dem Anlass, dem Einsatzgebiet und insbesondere auch den Sicherheitsvorschriften entsprechen müssen. Die ganze Bühnentechnik ist einerseits Baumaterial für die «Illu-

sion», andererseits auch Träger für die ganze Licht- und Tontechnik.

## Die Zukunft: Drohnen, AR und VR

Drohnen können viel mehr, als den Nachbarn ärgern. Flugbilder verblüffen mit überraschenden Bildern aus ungewohnter Perspektive. Drohnen können Livebilder erzeugen und übermitteln, welche

mit konventionellen Mitteln nur schwer zu realisieren wären. Virtual Reality ist in der Eventtechnik noch nicht allzu verbreitet. VR-Brillen, Handschuhe oder Helme gehören nicht zum Standardequipment von Eventbesuchern. Zudem ist die Ausstattung für den Eventbereich noch recht kostspielig.

Augmented Reality (AR) hat sich im Eventbereich bereits einen Platz gesichert. Auf Monitore oder Leinwände können Inhalte von sozialen Netzwerken projiziert werden. Als Orientierungshilfe können mit AR Situationspläne abgebildet und auf Smartphones übermittelt werden, um so die Besucher zu ihrem Ziel zu lotsen.

## Faktoren für ein erfolgreiches Event

Um Wirkung zu erzielen, muss eine Botschaft effektiv inszeniert werden und Emotionen auslösen. Für Martin Elmiger, Geschäftsführer der Auviso – Audio Visual Solutions AG in Emmenbrücke –, sind Qualität, Präzision und Design wichtig, um ein positives Umfeld zu schaffen. Qualität und Präzision sind Voraussetzungen für optimale

Sprachverständlichkeit und Lesbarkeit der Botschaften. Interaktive Kommunikation – Integration von Handy, Tablet, Smartwatches und Virtual Reality – sowie hochauflösende, modulare LED-Screens mit komplexen Contents werden als Eyecatcher genutzt.

Für die offizielle Eröffnung der Mall of Switzerland baute Auviso einen Ground-Support mit einer Beschallungsanlage im Freien auf dem Ebisquare auf. Die Konstruktion wurde benötigt, um die Trommelshow der schwebenden Trommelkünstler, welche die Zuschauer magisch anzog, in Szene zu setzen.

## Welche Mittel für ein attraktives Event?

Für Marco Klingler, Stagelight AG Showtechnik in Herisau, sind die Ansteuerung und die Qualität der Displays für das visuelle Erlebnis entscheidend. Bei Aussenanwendungen sollen die Screens bei jeder Wetterlage mit kontrastreichen Bildern überzeugen. Im Indoorbereich brillieren Bilder mit hoher Auflösung und qualitativ hochstehenden Inhalten.

Der Einsatz von Mediaservern bietet eine Vielzahl von neuen Möglichkeiten. Dank dieser Technik können vor Ort noch Feinkorrekturen vorgenommen oder gar ein Logo kurzfristig ausgewechselt werden, ohne dass der ganze Content neu erstellt werden muss. In den immer kürzer werdenden Vorbereitungszeiten ist dies ein wichtiger Aspekt.

## Präsenz markieren mit dem Sponsorenlogo

Sponsoring ist ein etabliertes Instrument im Marketingmix. Mit der Sponsorentätigkeit können Bekanntheitsgrad und Ansehen des Sponsors in der Öffentlichkeit gesteigert werden. Für Bernhard Peter, Leiter Event- und Mediaservice, Kilchenmann AG, Kehrsatz Bern, ist die Platzierung des Logos entscheidend. Der Zusammenhang mit dem Sponsor soll sofort ersichtlich werden.

Wert wird bei Kilchenmann auch darauf gelegt, dass ein Logo farbecht und in höchstmöglicher Auflösung präsentiert wird. Denn oft wird die Qualität des Logos mit der Qualität des Unternehmers in Verbindung gesetzt. Ob digital oder analog präsentiert, hochwertige Technik und viel Know-how sind notwendig, um Sponsoren ins richtige Licht zu rücken, damit die eingesetzten Sponsoringmittel gewinnbringend investiert sind. ■



© Nüssli Gruppe, Hüttwilen

Für die Fussball-WM 2006 baute die Nüssli Gruppe für den offiziellen Partner der Fussball-WM Adidas das Berliner Olympiastadion im Massstab 1:3 nach. Mehr als 10 000 Fussballfans wurde so die Gelegenheit geboten, die WM-Spiele live auf 2 Grossleinwänden und in authentischer Stadion- und WM-Atmosphäre zu erleben.