

# StageReport

03  
2025

BÜHNEN- UND SHOW-PRODUKTIONEN

**Rückblick auf die Prolight +  
Sound und ihre Neuheiten**

Sustainability  
beim Summer  
Breeze Open Air  
Seite 10

Crowd Management  
und Sentiment-Ana-  
lytics-Technologie  
Seite 12



PARAGON ELATION

Worlds Beyond

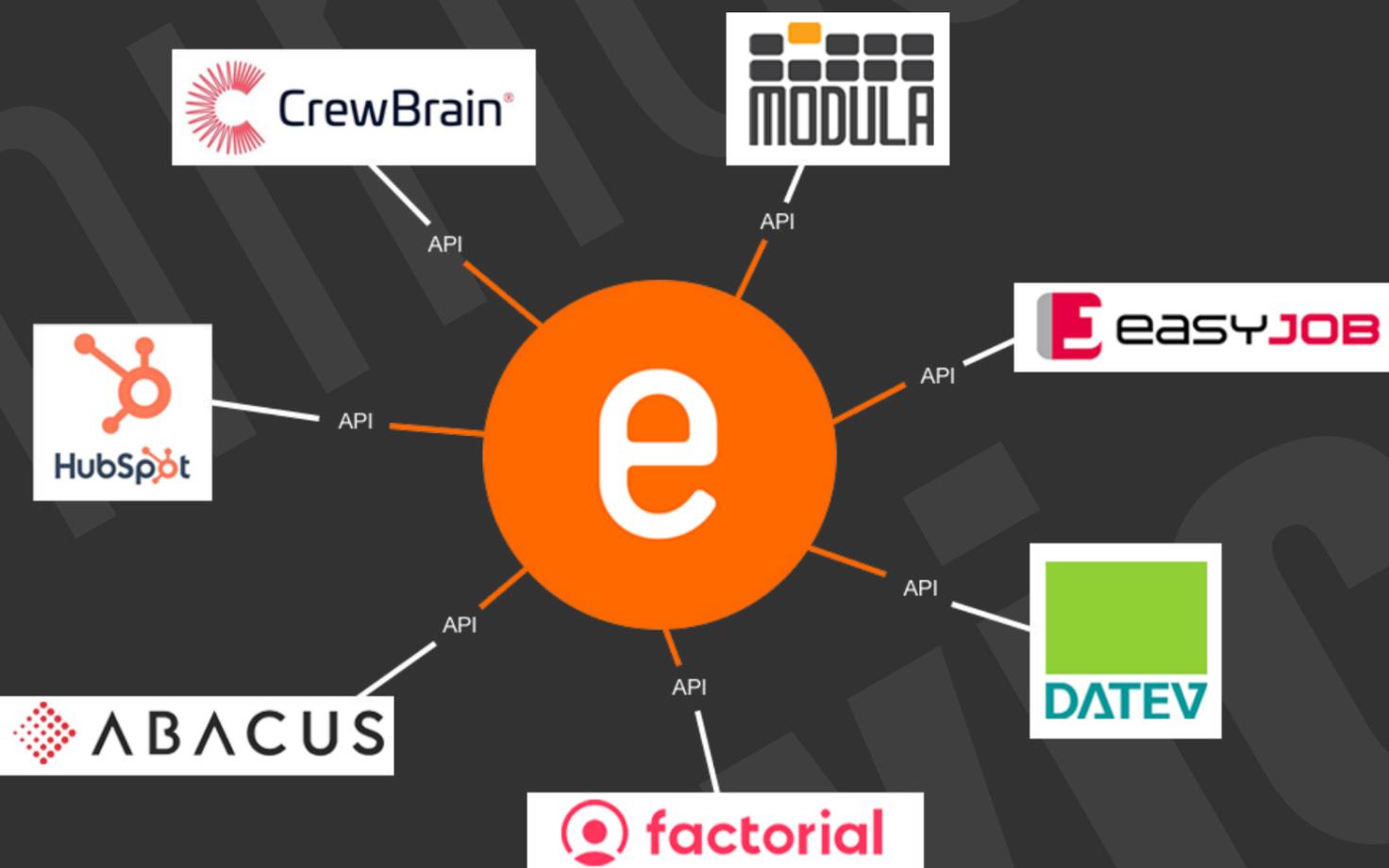
LMP

sales@lmp.de  
www.lmp.de

Deutschlandvertrieb

# ENTDECKE NEUE MÖGLICHKEITEN MIT MINESSERVICE & EASYJOB6 WIR BAUEN DEINE API.

...UND VIELES MEHR



[www.minesservice.de](http://www.minesservice.de)

## Plattform für die Selfmade-Medien- produktion



Peter Blach  
(Foto: AktivMedia)

Die digitale Medienlandschaft entwickelt sich rasant weiter – und mit ihr die Anforderungen an Content Creator. Was das ist? Content Creator entwickeln kreative Inhalte wie Texte, Videos oder Podcasts für digitale Kanäle. Sie planen Strategien, optimieren Inhalte für Suchmaschinen, betreuen Communities und analysieren Reichweiten. Dafür arbeiten sie mit Techniktools wie Kameras, Mikrofonen, Licht-Equipment, Mischpulten oder auch mobilen Geräten wie Digitalrekordern, um Inhalte für verschiedene digitale Plattformen zu produzieren, zu bearbeiten und zu veröffentlichen.

Neue Technologien, veränderte Algorithmen und innovative Tools bestimmen, wie Inhalte produziert, verbreitet und monetarisiert werden. Um in diesem dynamischen Umfeld erfolgreich zu bleiben, ist es entscheidend, immer auf dem neuesten Stand zu sein. Genau hier setzt unsere neue Website [www.creatornews.de](http://www.creatornews.de), die vor wenigen Wochen online ging.

Die Website liefert praxisnahe Informationen zu Content Creation, Social Media, KI-Tools, Audio- und Videoproduktion, Monetarisierung und Plattformstrategien. Ziel ist es, Creator und Unternehmen dabei zu unterstützen, den Überblick über Trends und Entwicklungen zu behalten.

Moderne Content Creation unterscheidet sich deutlich von der klassischen Medienproduktion: Während früher aufwendige Technik und spezialisierte Teams nötig waren, ermöglichen heute kompakte Tools, smarte Software und KI-Lösungen die eigenständige und schnelle Produktion – oft direkt vom Smartphone oder Laptop aus. So entstehen neue Formate, kürzere Produktionszyklen und eine direktere Zielgruppenansprache.

Wichtig: Die professionelle Medien- und Veranstaltungstechnik bleibt davon unberührt. Vielmehr hat sich mit der Selfmade-Contentproduktion ein neues Segment entwickelt, das ergänzend zur klassischen Techniklandschaft steht – vor allem dort, wo regelmäßig Inhalte für Social Media, Präsentationen oder interne Kommunikation entstehen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

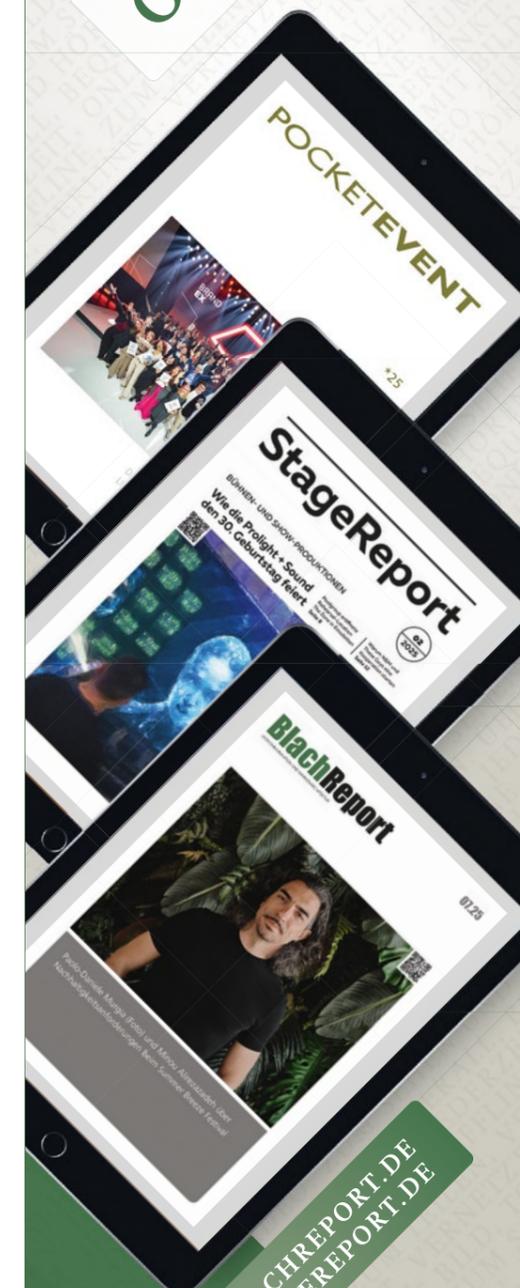
### Inhalt

Portalhaus auf der Prolight + Sound 2025  
(Foto: Messe Frankfurt/Jochen Günther)

- |   |  |
|---|--|
| 4 <b>AKTUELL</b> Showtech 2025                              | 16 <b>PRODUCTION</b> Da's Lupo in Köln                     |
| 6 <b>BUSINESS</b> satis&fy und Live Matters steigern Umsatz | 18 <b>PL+S 2025</b> Messebilanz                            |
| 8 <b>BUSINESS</b> Clubs und Festivals unter Druck           | 22 <b>EQUIPMENT</b> Laut und Hell investiert in Coda Audio |
| 10 <b>SUSTAINABILITY</b> Summer Breeze nachhaltig           | 23 <b>PEOPLE</b> Jobs + Karriere                           |
| 12 <b>CROWD MANAGEMENT</b> PwC und Live Matters             | 24 <b>MARKETING-SERVICES</b>                               |
| 14 <b>PRODUCTION</b> Temporäre Bauten                       | 26 <b>INSIDE/IMPRESSUM</b> Michael Dapp                    |

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



[WWW.BLACHREPORT.DE](http://WWW.BLACHREPORT.DE)  
[WWW.STAGEREPORT.DE](http://WWW.STAGEREPORT.DE)

# Showtech 2025

Als internationale Schaubühne für die Theater- und Bühnentechnik Deutschlands geht 2025 wieder die alle zwei Jahre stattfindende Showtech in Berlin an den Start. Die Messe findet vom 20. bis zum 22. Mai statt und richtet sich an Fachkräfte, Künstler und Entscheider aus allen Bereichen des Theaters, von Bühnentechnik und Ausstattung über Licht und Ton bis hin zu neuen Technologien und nachhaltigen Lösungen. Veranstaltet von der DTHG Service GmbH verknüpft die Messe langjährige Tradition mit zukunftsorientierten Themen.

## 1

Auf 6.500 qm Ausstellungsfläche will die Messe in der Arena Halle einen Einblick in den aktuellen Stand der Bühnen- und Veranstaltungstechnik geben.

## 2

Der Kongress in der Location Glashaus bietet ein zweitägiges Programm, das sich auf die Vermittlung von Wissen aus den Bereichen Theater, Technik und Kunst fokussiert.

## 3

Die Innovation Stage zeigt neue Werkstoffe, Techniklösungen, kreative Raumkonzepte oder Best Practices. Direkt in der Messehalle stellen Aussteller dabei live ihre Innovationen dem Publikum vor.

## 5

Das SoundLab bietet die Möglichkeit, Audiotechnologien zu erleben und sich mit Fachleuten über praxisnahe Lösungen auszutauschen.

## 7

Die Showtech Night startet als Networking-Party am 21. Mai ab 18 Uhr. Der Open-Air-Event mit Beach-Flair am Badeschiff steigt im Arena Club.

## 4

Der Immersive Showroom widmet sich dem Theater von morgen. An der Schnittstelle analoger und digitaler Welten gibt es hier umgesetzte und geplante Projekte aus Theaterwelt zu sehen.

## 6

Am 21. Mai werden wieder in vier Kategorien die Showtech Awards verliehen. Ausgezeichnet werden herausragende Produktneuheiten und Services.

## 8

Zum Energieauftanken zwischendurch steht das Sonnendeck mit Rooftop-Bar zur Verfügung – mit Ausblick über die Spree und auf den Berliner Fernsehturm.

# Jahresziele deutlich übertroffen

## satis&fy und Live Matters steigern Umsatz auf 160 Mio. Euro

Die satis&fy AG und die Live Matters Gruppe konnten im zurückliegenden Geschäftsjahr ihr Jahresziel für 2024 deutlich übertreffen. Der Umsatz der Gruppe stieg um 18 Prozent von 136 Millionen Euro im Vorjahr auf über 160 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2024.

**In den USA konnte sich satis&fy in den Veranstaltungsmarkt zurückkämpfen. Flächen in NYC wurden bezogen.**

Auch das Live-Entertainment hat sich als verlässlicher Technik-Partner für Künstler und Bands weiter etabliert und sich im Bereich Set-Bau erfolgreich zu einem ganzheitlichen Anbieter entwickelt, was unter anderem bei den Tourneen von Vincent Weiss, Peter Maffay, Cro und Luciano zu sehen und zu hören war.

Mission completed heißt es bei der Nachhaltigkeitsinitiative. Mit dem Locationanbieter Spaces ist nun die komplette Live Matters Gruppe nachhaltig zertifiziert. Alle Töchter sind nach EMAS (Evo Management and Audit Scheme) validiert und satis&fy und spaces zusätzlich nach ISO 14001.

In den USA konnte sich satis&fy stark in den Veranstaltungsmarkt zurückkämpfen, so dass der Bezug neuer Büro- und Lagerflächen in NYC nur folgerichtig waren. Und nachdem im vorherigen Geschäftsjahr bereits erheblich in neues Equipment investiert wurde, konnte der LED-Bestand in den USA nochmals um eine zusätzliche Investition in 800 qm ROE Topaz für die In- und Outdoornutzung vergrößert werden.

Die im letzten Geschäftsjahr gelaunchte Software-Plattform „knw“ zur Performance-Messung von Live-Events hat sich laut einer Unternehmenssprecherin „erfreulich entwickelt“ und wird bereits in der DACH-Region regelmäßig eingesetzt. Genauso erfreulich soll die Entwicklung bei der neuen Location im Portfolio von Spaces sein: Mit der Beletage im Palais Frankfurt im Herzen der City kamen 400 qm Veranstaltungsfläche dazu.

In 2025 wurden bereits die ersten Highlights erfolgreich umgesetzt. satis&fy betreute in den USA mehrere Projekte zur Jordan All Star Week im Februar, darunter eine beeindruckende Jump-Man Drohnenshow über der San Francisco Bay Bridge. Zudem war satis&fy maßgeblich an der Umsetzung und Eröffnung des Stadthofs in Hanau beteiligt, einem Transformationsprojekt von Innenstädten, wo der Leerstand des Kaufhof-Gebäudes nicht geduldet wurde, sondern durch eine Neunutzung der Innenstadt ein essenzielles Stück Lebensqualität zurückgegeben wird. Mit großen Schritten geht es nun in die Vorbereitung der Festival- und Open Air-Saison. Weiterhin stehen hochwertige Corporate Veranstaltungen wie die Money 20/20 in Amsterdam in den Startlöchern.

„Ich bin unglaublich stolz darauf, was wir mit dem Team weltweit umgesetzt haben und gemeinsam weit über 3.500 Produktionen realisierten“, so Nico Ubenauf, CEO der satis&fy AG und Managing Partner bei Live Matters.

**Mission completed heißt es bei der Nachhaltigkeitsinitiative. Mit dem Locationanbieter Spaces ist nun die Live Matters Gruppe nachhaltig zertifiziert.**

**„Ich bin unglaublich stolz darauf, was wir mit dem Team weltweit umgesetzt haben.“**



Nico Ubenauf  
(Foto: satis&fy)

Nach einem zunächst ernüchternden Start ins Geschäftsjahr 2024 zahlten sich in dem herausfordernd geprägten Jahr offenbar Ausdauer, Durchhaltevermögen, Investitionsmut, Optimismus und Teamgeist aus. Im Fokus waren die sportlichen Groß-Events wie die Fußball-Europameisterschaft in Deutschland und die Olympischen Sommerspiele in Paris. Bei der EM konnte satis&fy in allen zehn Austragungsstadien im Hospitality-Bereich die technische Ausstattung verantworten. In Paris wurden neben der regelmäßigen House of Innovation Kampagne im Nike Flagshipstore auf der Champs Élysées weitere 13 Veranstaltungen parallel im Zentrum der Stadt erfolgreich umgesetzt.



JB-Lighting Day  
(Foto: Focon)

### zacktrack verstärkt Präsenz in Deutschland

zacktrack will mehr Marktpräsenz in Deutschland und hat dafür eine Vertriebspartnerschaft mit Thomann Audio Professionell als neuem Value-Added Reseller verkündet. Das automatische Trackingsystem von zacktrack kombiniert Licht, Ton und Video zu einer zentral gesteuerten Lösung und ist demnächst auch über Thomann in Deutschland erhältlich. Die Partnerschaft soll am 1. Juni 2025 starten.

Paul Roch, COO von zacktrack in Wien: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Thomann Audio Professionell. Sie stärkt nicht nur unsere Präsenz in Deutschland, sondern erleichtert auch den Zugang zu unseren fortschrittlichen Tracking-Technologien.“ Die Kombination aus zacktrack-Technologie und der Marktpräsenz von Thomann soll die deutsche Unterhaltungsbranche nachhaltig bereichern.



## Acetec Days

Vor wenigen Tagen fanden die Acetec Days in Wiesbaden statt. Acetec stellte unter anderem Ideen zu den Einsatzmöglichkeiten von LED-Systemen vor, wie zum Beispiel LEDitgo 496 Module in Verbindung mit Aluminium-Profilrahmen oder Unilumin URMIII Pro Flex Module als konkave, konvexe oder wellenförmige Konstruktion – sowohl im stehenden als auch im hängenden Einsatz.

Eyecatcher war das inhouse-produzierte 3D Billboard aus 90°-Eckmodulen, das den nahezu realistischen Eindruck eines dreidimensionalen Raumes vermittelte.



Auf der Hausmesse zeigte Acetec eine über Eck gebaute Videowand mit 3D-Effekt (Foto: Acetec)

Die hochauflösenden Absen AX1.5 Pro Module mit 1.5 mm Pixelpitch wurden durch die neuen PTZ-Kameras Panasonic AW-UE160KEJ in HDR mit 10 Bit Farbtiefe zugespielt und überzeugten die Betrachter in puncto Farbtreue, Kontrast und Schwarzwert. Auch semitransparente LED-Systeme waren zu sehen, wie zum Beispiel das aktuelle Outdoor-Kabinett e3io von LEDitgo oder die Produktneuheit „Lucy“ von Lang, das auf Muxwave-Technologie basiert und mit 50 Prozent Transparenz beziehungsweise 3.000 Nits Leichtigkeit und Helligkeit vereint.

Neben aktueller Hardware wurden auch Interaktionen präsentiert – wie beispielsweise ein Tracking-System, das den Content einer LED-Wand verändert, sobald sich ein Besucher nähert, ein Kioskterminal, das durch RFID-gesteuerte Exponate den Benutzer informiert, oder eine interaktive Spraydose, mit der Graffiti digital auf eine LED-Wand gesprüht werden kann.

Auf großes Interesse stieß das Lead-System, mit dem Kundenkontakte per Visitenkartenscan, QR-Code oder einfach digital in eine Datenbank übernommen werden, als CSV oder PDF exportiert oder in ein CRM-System integriert werden können. Zahlreiche Zusatzoptionen wie zum Beispiel das Versenden von Dateien als Infomaterial sowie Auswertungen, Kategorisierungen und Filterungen der gesammelten Daten sind ebenso möglich. Das Acetec Lead-System kann auf Wunsch auch in kundenspezifische Touch-Anwendungen importiert oder als App im Apple Store hinterlegt werden.

## Mehr Lagerfläche und optimierte Logistik

Der auf Video- und Projektionstechnik spezialisierte Vermieter Bildkraft hat in Dresden einen neuen Standort mit deutlich vergrößerter Lagerfläche und verbesserten logistischen Möglichkeiten bezogen. Bei den aktuellen Investitionen legte Bildkraft den Schwerpunkt auf Equipment der Hersteller INFILED und Absen.

„Der neue Standort in Dresden bietet uns großartige neue Möglichkeiten“, sagt Bildkraft-Inhaber Jörg Heinze. „Die Lagerkapazität hat sich vervierfacht und wir können jetzt rund um die Uhr vier LKWs und Sattelzüge gleichzeitig abfertigen.“ Für die Koordination der Logistik wurden neue Mitarbeiter eingestellt. Der neue Standort in Dresden bietet 2.000 Quadratmeter Lager-, 400 Quadratmeter Werkstatt- und 400 Quadratmeter Büro- und Schulungsfläche. Auch großflächige Probeaufbauten von LED-Walls sind jetzt möglich.

In größeren Elektro- und Metallwerkstätten entwickelt und baut Bildkraft die Prototypen für die Eigenmarke Panzerkabel. Auch das eigene Trainings- und Schulungszentrum für Medien- und AV-Technik ist gewachsen. In Kooperation mit Panasonic entsteht hier das erste offizielle Panasonic-Schulungszentrum in Deutschland außerhalb des herstellereigenen Panasonic Experience Center in Wiesbaden.



Neues Lager  
(Foto: Bildkraft)

Mit Investitionen in LED-Systeme rüstet Bildkraft sein Kerngeschäft weiter auf. Auf der Einkaufsliste standen neue Indoor-Hochleistungsmodule von INFILED und Absen. Aus der INFILED DB1.5-Serie mit 1,5 Millimeter Pixelpitch, die als Maßstab für superschwarze LED-Displays gilt und sich bei Bildkraft schon seit über einem Jahr bewährt, ergänzt der Vermieter Panels mit einer Helligkeit von 1.200 Nits und GOB-Beschichtung sowie Brompton Processing.

Mit bis zu 1.800 Nits sogar noch heller sind die neuen Absen-Panels der Saturnserie mit einem Pixelabstand von 2,6 Millimetern und 7.680 Herz Bildwiederholfrequenz. Bildkraft ist nach eigenen Angaben der erste Vermieter im DACH-Raum, der das System im Portfolio hat.

## Mobiles Liftsystem

Ob Messehalle, temporärer Pavillon oder Großveranstaltung – wenn es um barrierefreie Mobilität in temporären Bauten geht, kann der Eventlift von M.S. Aufzüge eine praxiserprobte und wirtschaftliche Lösung darstellen. Das modular aufgebaute Liftsystem ermöglicht komfortablen Zugang für mobilitätseingeschränkte Personen gemäß DIN EN 81-70 und erfüllt die Anforderungen an Nachhaltigkeit, Flexibilität und Design.

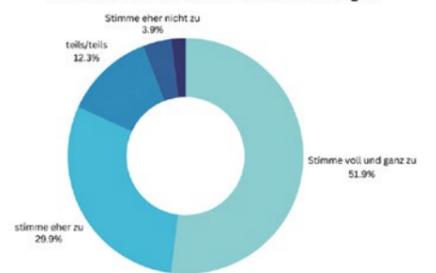
Der Eventlift ist baumustergeprüft, entspricht den aktuellen Sicherheitsnormen und bietet durch sein durchdachtes Konzept einen vergleichbaren Fahrkomfort wie stationäre Aufzüge. Er benötigt kein Fundament, ist innerhalb weniger Stunden montiert und kann individuell konfiguriert werden – bis hin zur Kabinengestaltung und digitalen Kommunikation mittels „Digital Mirror“. Mit einer Tragkraft von bis zu 630 Kilogramm befördert der Lift bis zu acht Personen über zwei bis drei Haltestellen auf bis zu acht Meter Höhe.

Dank Mietmodell statt Kauf ist der Eventlift eine wirtschaftliche Alternative für Veranstalter, Messebauer und Architekten – besonders mit Blick auf kurzfristige Einsätze. Zudem ist das System wiederverwendbar und somit nachhaltiger als konventionelle Lösungen.

## Clubs und Festivals in Deutschland unter Druck

Im Rahmen ihres regelmäßigen Club- und Festival Monitoring hat die LiveKomm, der Bundesverband der Musikspielstätten, die aktuelle Lage ihrer Kulturbetriebe abgefragt. Laut dem Verband haben sich zentrale wirtschaftliche Kennzahlen im Vergleich zum Vorjahr zwar leicht verbessert, die Herausforderungen jedoch bleiben die gleichen und gefährden Clubs und Festivals als Kulturstätten. Sowohl Betrieben als auch Besuchern falle es zunehmend schwer, für die dabei anfallenden Kosten finanziell aufzukommen.

Wir stehen vor finanziellen Herausforderungen.



LiveKomm Club- und Festival Monitoring (Grafiken: LiveKomm)

Im Rahmen des Club- und Festival Monitoring der LiveKomm haben 245 Kulturstätten ein Bild der aktuellen Lage gezeichnet. Im Vergleich zum Vergleichszeitraum des Vorjahres fällt der Umsatzverlust mit -2,8 Prozent geringer aus. Auch bei den Besucherzahlen hat sich der Negativtrend des Vergleichszeitraums 2024 leicht abgeschwächt. Beides bilde sich in der Kostendeckung jedoch nicht ab: Die ohnehin schon geringe Kostendeckungsquote verringerte sich weiter und verhindert dringend notwendige Investitionen, so die LiveKomm.

Hauptgrund hierfür seien wie schon im Vorjahr die enorm gestiegenen Kosten in allen Betriebsbereichen – dies melden 97 Prozent der befragten Clubs und Festivals. 81 Prozent sehen sich grundsätzlich vor finanzielle Herausforderungen gestellt. Insbesondere deregulierte Gewerbemieten (48,5 Prozent der Spielstätten) und steigende Gagenforderungen (70 Prozent der Befragten) setzten den Musikspielstätten zu. Wie bereits 2024, gab ein großer Teil der Musikspielstätten im Zuge der Erhebung an, künftig nicht auf Fördergelder verzichten zu können: In den kommenden zwölf Monaten brauchen 78 Prozent von ihnen staatliche Fördermittel, um ihren Betrieb zu halten.

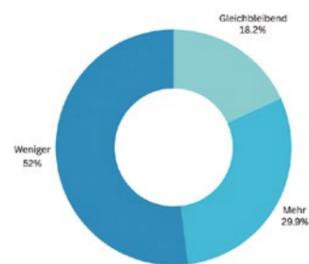
Geholfen wäre bereits mit der auskömmlichen finanziellen Ausstattung bestehender Programme wie der Initiative Musik, so etwa Live 500. Auch aus der Branche selbst gibt es Initiati-

ven für eine Verbesserung der Lage. So arbeitet die Bundesstiftung LiveKultur mit dem Live Music Fund an einem neuen Finanzierungsmodell, in dessen Rahmen Ticketanbieter, Veranstalter und Livemusik-Akteure einen solidarischen Beitrag zur Finanzierung der Live-Branche leisten sollen. Dies könnte über eine freiwillige Mikro-Abgabe pro Ticketverkauf erfolgen, die direkt in den Live Music Fund fließt. Mit diesen Geldern sollen gezielt Projekte und Maßnahmen finanziert werden, die zur Zukunftssicherung der Livemusikbranche beitragen.

Mankel Brinkmann, 1. Vorsitzender der LiveKomm: „Clubs und Festivals sind der Motor der Livebranche und ein unverzichtbarer Teil unserer Kultur. Sie bieten den Stars von morgen eine Bühne, bringen Menschen zusammen und fördern kulturelle Vielfalt sowie gesellschaftlichen Zusammenhalt. Doch ohne nachhaltige politische Unterstützung sind diese essenziellen Orte in Gefahr. Die Politik muss ihre Bedeutung endlich anerkennen und ihren Förderauftrag nicht aus dem Blick verlieren – und das nicht nur in Bezug auf die sogenannte Hochkultur.“

Die LiveKomm fordert eine zügige Anpassung der Baunutzungsverordnung, in der Musikclubs mit nachweisbar kulturellem Bezug als Anlagen kultureller Zwecke eingestuft werden. Wenn diese Forderung nicht umsetzbar sei, sollte der Weg einer gesonderten Gebäudekategorie Musikclub mindestens einen besseren Bestandsschutz und eine Erweiterung der Spielräume für die künftige Ansiedlung von Musikclubs beinhalten. Es bedürfe der Verstärkung und des Ausbaus der bestehenden Musikclub- und Festivalförderung bei der Initiative Musik (zwecks Deckung nachgewiesener Bedarfe) sowie der Schaffung eines nachhaltigen Investitionsprogramms „Investitionsfonds: Zukunft der Musikspielstätten“ auf Bundesebene zur Bewältigung der ökologischen Transformation.

Wie schätzt ihr die Entwicklung der durchschnittlichen Besuchendenzahl im Vergleich zu vor einem Jahr ein? (in %)



Am Club Monitoring der LiveKomm und deren Mitgliedsverbände aus Berlin, Hamburg, Köln, Bayern, Bremen, Baden-Württemberg sowie Nordrhein-Westfalen nahmen insgesamt 245 Musikspielstätten teil. Rund 65 Prozent der Teilnehmenden betreiben kleine und mittelgroße Musikclubs mit einer Gesamtkapazität von bis zu 450 Personen.

## Tochtergesellschaft in Deutschland

Mit Wirkung zum 1. April 2025 hat die neugegründete Clay Paky Deutschland GmbH ihren Betrieb in Schlangen bei Paderborn aufgenommen. Zusätzlich soll es ein Service-Center in Fellbach bei Stuttgart geben. Der Anbieter professioneller Beleuchtungslösungen für die Entertainment-Branche unterstreicht damit sein langfristiges Engagement in einem der bedeutendsten Märkte Europas. Ziel der strategischen Neuausrichtung ist es, Kundenbeziehungen zu intensivieren, Serviceleistungen zu verbessern und die Präsenz vor Ort deutlich zu stärken.

Mit einem spezialisierten Team für Vertrieb, Marketing, Produktmanagement, technischen Support und Service will Claypakys künftig schneller und gezielter auf die Anforderungen des deutschen Markts reagieren können. Die neue Struktur soll es weiterhin ermöglichen, individuelle Lösungen anzubieten und die Nähe zu Kunden und Partnern weiter auszubauen.

Der bisherige Vertriebspartner VisionTwo bleibt weiterhin exklusiver Ansprechpartner für den Theatermarkt in Deutschland. Diese Zusammenarbeit stellt sicher, dass fundierte Expertise und eine hohe Kontinuität in diesem wichtigen Segment gewährleistet bleiben.

Marcus Graser, CEO von Claypakys, betont die Bedeutung des deutschen Markts: „Diese neue Struktur bringt uns noch näher an unsere Kun-



Teamfoto von Claypakys Deutschland (Foto: Claypakys)

den und steht im Einklang mit unserer Strategie, Exzellenz in allen Geschäftsbereichen voranzutreiben – inspiriert durch die Bedürfnisse unserer Kunden. Wir schätzen den Beitrag von VisionTwo über die Jahre hinweg sehr und freuen uns auf die Fortsetzung unserer Zusammenarbeit im Theaterbereich.“

Auch Massimo Bolandrina, Sales Direktor bei Claypakys Deutschland, sieht klare Vorteile: „Die Gründung ist ein Bekenntnis zur Stärkung unserer lokalen Präsenz“. Das Team der neuen Gesellschaft wird ein umfangreiches Programm zur Marken- und Produktpromotion starten, darunter Roadshows, Produktdemonstrationen und die Teilnahme an führenden Fachmessen.

## Berufsbegleitender Bachelor-Studiengang

Die FOM Hochschule startet gemeinsam mit der G+B Akademie den neuen berufs- und ausbildungsbegleitenden Bachelor-Studiengang „Eventmanagement und -technik“ (B.Sc.). Ziel ist eine praxisnahe Ausbildung für Fach- und Führungskräfte der Eventbranche. Der Studiengang verbindet technisches Know-how mit betriebswirtschaftlichem Wissen und bereitet gezielt auf operative und leitende Aufgaben in der Veranstaltungswirtschaft vor.



Teaser für den neuen Studiengang von G+B Akademie und FOM Hochschule (Illustration: G+B)

Ab dem Wintersemester 2025 können Studierende berufliche Praxis mit einem strukturierten Studium verbinden. Neben Grundlagen in Licht-, Ton- und Bühnentechnik vermittelt der Studiengang Inhalte wie Finanzierung, Kalkulation, Marketing, Human Resources und Projektmanagement. Der starke Praxisbezug wird durch die Kooperation mit der G+B Akademie, der G+B Stiftung Medien und dem Eventdienstleister Gahrens + Battermann sichergestellt.

„Die Eventbranche braucht Fachkräfte, die Technik und Wirtschaft gleichermaßen verstehen“, sagt Dr. Norbert Gahrens, geschäftsführender Gesellschafter der G+B Gruppe. „Mit diesem Studiengang schließen wir eine wichtige Lücke.“

Auch Prof. Dr. Burghard Hermeier, Rektor der FOM Hochschule, betont: „Die Kombination aus akademischer Lehre und praktischer Erfahrung ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Karriere.“

Das Studium ist flexibel angelegt: Präsenzmodule mit Branchenschwerpunkt finden an der G+B Akademie in Refrath bei Köln statt, die wirtschaftlichen Inhalte werden in digitalen Live-Vorlesungen der FOM vermittelt. Die Studiendauer beträgt sieben Semester (3,5 Jahre) und schließt mit dem „Bachelor of Science“ ab.

Mit rund 50.000 Studierenden zählt die FOM zu den größten Hochschulen Europas. Sie bietet über 60 akkreditierte Studiengänge an, sowohl im Präsenzformat als auch digital. Die G+B Akademie ist ein anerkanntes Kompetenzzentrum für Weiterbildung in der Veranstaltungsbranche mit enger Anbindung an die Praxis.

Studienstart ist im September 2025 in Köln.



Christian Pies, Nigel Sadler, Heinz Siller und Arved Hammerstädter (v.l., Foto: cast)

## cast übernimmt Vertrieb von Hive in Deutschland

Hive, der in Großbritannien ansässige Spezialist für Mediensteuerung, hat cast zu seinem offiziellen Vertriebspartner in Deutschland ernannt und damit seine Präsenz in Mitteleuropa ausgebaut.

cast (cast C. Adolph & RST Distribution GmbH) wird die gesamte Produktpalette von Hive anbieten, die auf der preisgekrönten Beeblade Media Engine basiert. Beeblade ist eine kompakte und dennoch leistungsstarke Lösung, die HD-, 4K- und 8K-Videoausgänge liefert und auf Skalierbarkeit ausgelegt ist. Ob für hochauflösende LED-Wände, komplexe Multiprojektor-Mischungen oder immersive Visuals – die Media Engines von Hive bieten eine kompakte, kostengünstige und leistungsstarke Lösung für AV-Anwendungen.

Mit einem eigenen Showroom bietet cast in Hagen Möglichkeiten für praktische Vorführungen, technische Schulungen durch die cast Schools, technischen Service und ein Support-Team, das sowohl intern als auch vor Ort zur Verfügung steht.

# Nachhaltigkeit beim Summer Breeze Festival

## Ökologische, organisatorische und ökonomische Herausforderungen

Besonders in der Veranstaltungswirtschaft – von Musik- und Showveranstaltungen über Messen und Kongresse bis hin zu Corporate Events – zählt nicht nur ein „grünes“ Image, sondern glaubwürdiges, ressourcenschonendes Handeln.

Die Nachhaltigkeitsberatung 2bdifferent wurde vom Festivalveranstalter Silverdust beauftragt, einen kritischen Blick auf das Summer Breeze Open Air zu werfen.

Das jährlich stattfindende Metal-Festival auf dem Flugplatz des Aeroclubs Dinkelsbühl ist mit rund 45.000 Besuchern eines der größten Metal-Festivals in Deutschland.

Nachhaltigkeit wird zunehmend zum zentralen Wirtschaftsfaktor und erfordert von Unternehmen eine ganzheitliche Strategie, die über punktuelle Maßnahmen hinausgeht. Das Klimaschutzgesetz verpflichtet zur deutlichen Reduktion von Treibhausgasemissionen, während gleichzeitig die öffentliche Wahrnehmung nachhaltiger Unternehmensführung kritischer denn je ist.

Besonders in der Veranstaltungswirtschaft – von Musik- und Showveranstaltungen über Messen und Kongresse bis hin zu Corporate Events – zählt nicht nur ein „grünes“ Image, sondern glaubwürdiges, ressourcenschonendes Handeln. Effizienzsteigerungen durch den gezielten Einsatz von Materialien, Energie und nachhaltigen Partnern bieten dabei nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch wirtschaftliche Potenziale in einem Markt, der zunehmend auf nachhaltige Wertschöpfung setzt.

Vor diesem Hintergrund wurde die Nachhaltigkeitsberatung 2bdifferent vom Festivalveranstalter Silverdust beauftragt, einen kritischen Blick auf das Summer Breeze Open Air zu werfen. Unter nachhaltigen Gesichtspunkten sollte ein vollständiges Bild gewonnen werden, das es ermöglicht, einen Handlungsrahmen für die zukünftigen Festivals festzulegen und zu optimieren. Dazu Minou Alirezazadeh von Silverdust: „Es gibt einige Dinge, die wir gemeinsam in Angriff nehmen müssen, damit es Festivals noch lange gibt. Eine besonders wichtige Rolle spielt dabei, wie wir miteinander und mit unserer Umwelt umgehen.“

Analysiert hat Paolo-Daniele Murgia von 2bdifferent die für Nachhaltigkeit relevanten Aktivitäten und Maßnahmen beim Summer Breeze Open Air, dessen vom 13. bis 17. August 2024 in Sinnbronn bei Dinkelsbühl stattfand. Das mit Ausnahme der Jahre 1998, 2020 und 2021 seit 1997 jährlich stattfindende

Metal-Festival auf dem Flugplatz des Aeroclubs Dinkelsbühl ist mit rund 45.000 Besuchern eines der größten Metal-Festivals in Deutschland. Jedes Jahr treten hier die Größen aus den Bereichen Death Metal, Hardcore Punk, Metalcore und Thrash Metal auf.

„Seit zwei Jahren setzen wir bereits das Konzept ‚Less Trash More Thrash‘ um, in dem verschiedene Handlungsfelder im Zuge der Nachhaltigkeit bearbeitet werden“, so Minou Alirezazadeh. Dazu zählt das Abfallmanagement. Bestandteile sind vorgefertigte Packages mit gelben und schwarzen Müllsäcken, über 50 Müllstationen auf dem gesamten Gelände, Recycling-Stationen und das Entsorgungsteam Thrasher. Minou Alirezazadeh: „Wir hatten 2024 ein Müllaufkommen von 125 Tonnen und somit wieder eine Reduzierung um 20 Tonnen im Vergleich zum letzten Jahr – und sogar noch besser getrennt. Mit unserem Appell an Foodsharing konnten wir doppelt so viele Lebensmittel wie ein Jahr zuvor retten und an den Dinkelsbühler Tisch spenden. Beim ‚Crowdfunding – Pfand spenden und Gutes tun‘ wurden 300.000 Dosen und Flaschen gesammelt und die Erlöse gespendet. Und mit Unterstützung von Metality kamen an den dezentralen Sammelstationen 200 gut erhaltene Schlafsäcke, Isomatten und Zelte zusammen, die wir an Obdachlosenorganisationen weitergeleitet haben.“

Diese Ergebnisse gilt es auszubauen. Minou Alirezazadeh: „Unser Ziel im ersten Jahr der Zusammenarbeit mit 2bdifferent war so formuliert, dass wir nun einen möglichst detaillierten Überblick über die nachhaltige Performance des Festivals bekommen. Auf dieser Basis soll dann im nächsten Schritt eine Sustainability Roadmap entstehen, die alle beschlossenen Maßnahmen in einen zeitlichen Rahmen und eine übersichtliche Struktur bringt.“

Paolo-Daniele Murgia: „Silverdust will die Nachhaltigkeits- und Umweltaspekte bei der Planung, Umsetzung und Nachbearbeitung künf-



Summer Breeze Open Air (Silverdust)



Minou Alirezazadeh (Foto: Silverdust)

tig verstärken. Das Summer Breeze Open Air soll dabei kontinuierlich nachhaltiger und verantwortungsbewusster realisiert werden. Gewünscht dafür sind klar definierte Ziele und eine nachvollziehbare Dokumentation der Prozesse, um über messbare, deutliche Fortschritte zu einem nachhaltigen Erfolg zu kommen.“

Das lässt sich nicht kostenneutral umsetzen und wird zu einem erhöhten finanziellen Aufwand führen, der weder zu Lasten der Veranstalter noch der Festivalbesucher gehen soll. „Hier ist sowohl unsere Kreativität gefragt als auch das Engagement unserer Gäste, sich mit den Herausforderungen nachhaltiger Festivals auseinanderzusetzen und dabei auch selbst aktiv zu werden“, sagt dazu Minou Alirezazadeh. „Wir haben darüber schon mit Acts und Besuchern gesprochen, die für diese Überlegungen sehr aufgeschlossen waren. Kritische beziehungsweise ignorante Stimmen gab es natürlich auch, was sich bei mehreren zehntausend Besuchern wohl nicht ausschließen lässt.“

Damit das Summer Breeze Open Air zukünftig nachhaltig veranstaltet werden kann, denkt Silverdust darüber nach, ein eventspezifisches Nachhaltigkeitsmanagementsystem gemäß ISO 20121 einzuführen, um die Umweltbelastungen durch das Summer Breeze Open Air sowie seine ökonomischen und sozialen Auswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette in den Griff zu bekommen.

„Wir haben dafür zunächst eine Basisanalyse erstellt, um die optimierbaren Nachhaltigkeitsziele definieren zu können“, fasst Paolo-Daniele Murgia die Vorbereitungen zusammen und lobt dabei das große Interesse bei Silverdust, sich intensiv mit dem Thema eines nachhaltigen Open-Air-Festivals auseinanderzusetzen und nach Lösungen zu suchen.

Für diese Basisanalyse nutzte Paolo-Daniele Murgia das von 2bdifferent entwickelte Analysesystem „Sustainfestival“, mit dem sich ein Großteil der Nachhaltigkeitsindikatoren ermitteln lässt. „Sustainfestival“ berücksichtigt unterschiedliche Normen und Nachhaltigkeitsysteme wie ISO 20121, ISO 26000 für unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement, ISO 18040 zur Barrierefreiheit oder auch ISO 14001 für betriebliches Umweltmanagement, dazu Elemente aus EMAS, Social Accountability gemäß SA 8000

und die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Auf eine CO2-Bilanzierung wurde zunächst verzichtet und für das Summer Breeze Open Air 2025 eingeplant.

Die Inhalte, nach denen in der Basisanalyse gefragt wurde, bestehen aus nachhaltigen Methoden und Vorgehensweisen, die von Unternehmen praktiziert werden können und zum Teil für Festivals und andere Veranstaltungen spezifisch sind. Dabei wurde ein Großteil der Handlungsfelder, die für die nachhaltige und umweltgerechte Gestaltung eines Events relevant sind, berücksichtigt und analysiert – also Veranstaltungsort, Mobilität, Catering, Energiemanagement, Ver- und Entsorgung, Wassermanagement, Mitarbeiter, Unternehmen oder auch Inklusion, um so mögliche Handlungspotenziale zu definieren. Letzteres bezieht sich beispielsweise sowohl auf eine barrierefreie Wegeführung als auch die Zugänglichkeit beziehungsweise Teilhabe am Bühnengeschehen.

Diese Basisanalyse ermöglicht nun dem Veranstalter und seinem Team eine systematische Herangehensweise an das komplexe Thema „Nachhaltiges Eventmanagement“ und unterstützt die Entscheidungsfindung. Paolo-Daniele Murgia: „Mit dem ‚Less Trash More Thrash‘-Konzept hat das Summer Breeze Open Air bereits den ersten wichtigen Schritt für ein Festival mit mehr Ökologie getan, mit dem die Besucher für ein nachhaltigeres Verhalten sensibilisiert und motiviert werden konnten.“

Dem sollen nun weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales folgen. Ein Strategiepapier wurde bereits erarbeitet, ebenso ein Code of Conduct.

Mit Minou Alirezazadeh steht beim Summer Breeze Open Air eine Verantwortliche für eventspezifische Nachhaltigkeit bereit. Sie wiederum würde sich freuen, wenn „Festival-Ökologie“ nicht nur isoliert beim Summer Breeze Festival eine Rolle spielt, sondern auch auf anderen Open-Air-Veranstaltungen. Minou Alirezazadeh: „Leider gibt es noch keinen Erfahrungsaustausch mit anderen Festivals. Ich bin mir sicher, dass es in diesem Segment sowohl national als auch international gleiche oder ähnliche Herausforderungen gibt.“

„Leider gibt es noch keinen Erfahrungsaustausch mit anderen Festivals. Ich bin mir sicher, dass es in diesem Segment sowohl national als auch international gleiche oder ähnliche Herausforderungen gibt.“

„Seit zwei Jahren setzen wir bereits das Konzept ‚Less Trash More Thrash‘ um, in dem verschiedene Handlungsfelder im Zuge der Nachhaltigkeit bearbeitet werden.“ (Minou Alirezazadeh)

„Silverdust will die Nachhaltigkeits- und Umweltaspekte bei der Planung, Umsetzung und Nachbearbeitung künftig verstärken. Das Summer Breeze Open Air soll dabei kontinuierlich nachhaltiger und verantwortungsbewusster realisiert werden.“

„Es ist sowohl unsere Kreativität gefragt als auch das Engagement unserer Gäste, sich mit den Herausforderungen nachhaltiger Festivals auseinanderzusetzen und dabei auch selbst aktiv zu werden.“

„Leider gibt es noch keinen Erfahrungsaustausch mit anderen Festivals. Ich bin mir sicher, dass es in diesem Segment sowohl national als auch international gleiche oder ähnliche Herausforderungen gibt.“



Paolo-Daniele Murgia (Foto: 2bdifferent)

# Crowd Management und Sentiment-Analytics-Technologie

## PwC und Live Matters haben Kooperation beschlossen

„Unsere Partnerschaft besteht seit Oktober 2024, und wir haben bereits erste konkrete Gespräche mit Stadionbetreibern.“  
(Dr. Tobias Franke)

In Kooperation mit PwC bietet Live Matters nun auch AI-basiertes Crowd Management an – insbesondere in Kombination von Sentiment-, Flow- und Crowd Management. Wir haben dazu Michael Tschakert von Live Matters und Dr. Tobias Franke von PwC befragt. Das Interview fand per Videocall statt.



Michael Tschakert

„Die Entstehung unserer Partnerschaft war ein logischer Schritt. Mit knw. bieten wir bei Live Matters eine Lösung zur Sentiment- und Flow-Analyse an.“  
(Michael Tschakert)

**StageReport: Warum haben PwC und Live Matters eine Partnerschaft geschlossen und wie ist die Idee dazu entstanden?**

**Michael Tschakert:** Die Entstehung unserer Partnerschaft war ein logischer Schritt. Mit knw. bieten wir bei Live Matters eine Lösung zur Sentiment- und Flow-Analyse an. Im Zuge der Markteinführung haben wir uns intensiv mit Markt- und Wettbewerbsanalysen befasst und dabei eine aufschlussreiche Studie von PwC entdeckt. Diese Untersuchung befasste sich mit Crowd Management – einem Thema, das perfekt zu unserem Ansatz passt. So kamen wir mit Dr. Tobias Franke und seinem Team ins Gespräch und erkannten schnell das enorme Potenzial einer Zusammenarbeit. Gemeinsam haben wir untersucht, wie wir unsere Technologie sinnvoll kombinieren können, um innovative Lösungen mit echtem Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.



**Dr. Tobias Franke:** Unser Ziel ist es, die jeweiligen Stärken unserer Unternehmen und Produkte zu vereinen und eine integrierte Lösung zu entwickeln, die es in dieser Form bislang nicht gibt.

**StageReport: Welche Inhalte umfasst die Partnerschaft und wie sind die Aufgaben verteilt?**

**Dr. Tobias Franke:** Wir haben unsere Zusammenarbeit in zwei Analyseebenen unterteilt: Live Matters fokussiert sich auf die Mikroebene, während PwC die Makroperspektive übernimmt.

**Michael Tschakert:** Genau. Unsere Lösungen ergänzen sich ideal. PwC analysiert das Gesamtbild durch intelligentes Crowd Management, während wir mit knw. das Verhalten der Besucher an spezifischen Punkten messen – sei es in einer Event-Location, einem Outdoor-Bereich oder an einem bestimmten Point of Interest. Wir erfassen nicht nur Besucherzahlen, sondern auch deren Interaktionen mit Produkten und Inhalten sowie deren Aufmerksamkeitsspanne. Unsere Sentiment-Analytics-Technologie kommt bereits bei Corporate Events zum Einsatz und wurde nun gemeinsam mit PwC auf weitere Veranstaltungsformate ausgeweitet.

**Dr. Tobias Franke:** PwC betrachtet hingegen die großflächige Bewegung der Menschenmengen – von der An- und Abreise über die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel bis hin zur Besucherstromanalyse auf Veranstaltungsgeländen. So lassen sich Engstellen erkennen, Personalressourcen effizienter einsetzen und wertvolle Engagement-Daten erheben. Diese ermöglichen anonymisierte Profile von Besucherinteressen, die beispielsweise Sponsoren wertvolle Einblicke geben. Zusätzlich integrieren wir IoT-Sensoren in unsere Plattform, um mithilfe von Drehkreuzen, Kameras sowie Geräusch- und Umweltsensoren einen digitalen Zwilling der Umgebung zu erstellen. Dadurch können Besucherströme in Echtzeit gesteuert und gezielte Informationen platziert werden, etwa um Menschen von überfüllten Eingängen zu weniger frequentierten Bereichen zu lenken.

**StageReport: Wie erfolgt die Zusammenarbeit mit den Kunden?**

**Michael Tschakert:** Jeder Kunde hat individuelle Anforderungen – daher gibt es keine Standardlösung. Der Mehrwert unserer Partnerschaft liegt in der interdisziplinären Kombination unserer Expertisen. Gemeinsam analysieren wir die spezifischen Bedarfe unserer Kunden und entwickeln maßgeschneiderte Lösungen. Dabei agieren wir praxisnah und flexibel.



Dr. Tobias Franke und Michael Tschakert  
(Screenshot: StageReport)

**StageReport: Bieten PwC und Live Matters das gleiche Produkt an oder sind die Lösungen kundenspezifisch anpassbar?**

**Dr. Tobias Franke:** Unsere Plattform ist modular aufgebaut, sodass Kunden gezielt die Komponenten auswählen können, die ihren Anforderungen entsprechen. Sie zahlen nur für das, was sie wirklich nutzen.

**Michael Tschakert:** Genau, diese Modularität ermöglicht es uns, hochspezifische Lösungen anzubieten, die einen echten Mehrwert schaffen.

**StageReport: Wer sind die Hauptzielgruppen?**

**Michael Tschakert:** Unsere primären Zielgruppen sind Stadion- und Arenabetreiber, Festivalveranstalter sowie Messgesellschaften – also Organisatoren von Großveranstaltungen. Innerhalb dieser Segmente ergeben sich individuelle Anwendungsfälle, etwa im Bereich Sicherheit oder zur Optimierung des Besuchererlebnisses.

**StageReport: Wie erfolgt die technische Umsetzung?**

**Michael Tschakert:** Unsere Plattform ist technologieoffen und mit zahlreichen Schnittstellen kompatibel. Ob Sensoren, QR-Codes oder Kamerasysteme – wir können nahezu jede relevante Datenquelle integrieren und die gesammelten Informationen für Analysen aufbereiten.

**Dr. Tobias Franke:** Häufig erfolgt die Integration über eine Smartphone-App, beispielsweise bei Fußballvereinen. Der Entwicklungsaufwand ist gering, da unsere Software nahtlos in bestehende Systeme eingebunden wird. Auch zusätzliche Hardware wie Drehkreuze oder Sensoren kann problemlos integriert werden.

**StageReport: Wie werden die Daten analysiert und aufbereitet?**

**Dr. Tobias Franke:** Unsere Dashboards sind intuitiv gestaltet und visualisieren Besucher-

ströme in klassischen Diagrammen oder interaktiven 3D-Karten. Zudem erkennt künstliche Intelligenz Auffälligkeiten und gibt proaktive Handlungsempfehlungen.

**Michael Tschakert:** Unser Ziel ist es, die Analyse so einfach wie möglich zu gestalten, damit unsere Kunden schnell fundierte Entscheidungen treffen können. Zusätzlich bieten wir Beratungsleistungen an, um die gewonnenen Erkenntnisse optimal zu nutzen.

**StageReport: Wer bringt die fachliche Kompetenz für Handlungsempfehlungen ein?**

**Michael Tschakert:** Hierbei kommt es auf den konkreten Anwendungsfall an. Bei Echtzeitszenarien können sofort Maßnahmen ergriffen werden, etwa zur Steuerung von Besucherströmen. Bei Messeauftritten oder Corporate Events analysieren wir das Verhalten der Gäste und bewerten, ob die geplante Customer Journey wie vorgesehen funktioniert hat. Unsere Daten bieten eine objektive Entscheidungsgrundlage, frei von subjektiven Einschätzungen.

**Dr. Tobias Franke:** Bei PwC verfügen wir über ein breites Netzwerk an Experten, die Kunden bei der Analyse und Strategieentwicklung unterstützen. Mit tausenden Spezialisten in Deutschland können wir für nahezu jede Fragestellung die passende Expertise bereitstellen.

**StageReport: Gibt es bereits erste Kunden für die gemeinsame Lösung?**

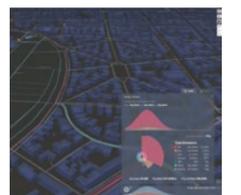
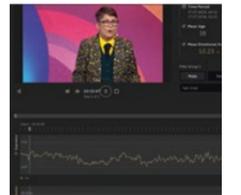
**Dr. Tobias Franke:** Unsere Partnerschaft besteht seit Oktober 2024, und wir haben bereits erste konkrete Gespräche mit Stadionbetreibern, Messgesellschaften und Fußballvereinen geführt. Aktuell konzentrieren wir uns auf den deutschen Markt, planen aber mittelfristig eine internationale Expansion.

**StageReport: Vielen Dank für das Gespräch.**



Dr. Tobias Franke

„Unsere primären Zielgruppen sind Stadion- und Arenabetreiber, Festivalveranstalter sowie Messgesellschaften – also Organisatoren von Großveranstaltungen.“  
(Michael Tschakert)



„Unsere Plattform ist modular aufgebaut, sodass Kunden gezielt die Komponenten auswählen können.“  
(Dr. Tobias Franke)

„Aktuell konzentrieren wir uns auf den deutschen Markt.“  
(Dr. Tobias Franke)

Das Gelände und die Gegebenheiten der Salzburger Ski-region waren dem Team von Nüssli gut vertraut.

Ziel der WM-Organisatoren war eine ressourcenschonende und barrierefreie Veranstaltung. Diesen Anspruch erfüllten auch die temporären Eventbauten von Nüssli auf Basis von Systemmaterial. Alles wird nach der Veranstaltung wieder in den Materialkreislauf integriert.

FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften Saalbach 2025 (Fotos: Andreas Putz)

# Temporäre Bauten

## Alpine Ski WM 2025 in Saalbach mit Nüssli

Die Skiregion Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn richtete im Februar die FIS Alpine Ski WM Saalbach 2025 aus und erwartete dazu mehr als 150.000 Zuschauer sowie über 600 Athleten aus rund 70 Nationen. Nüssli realisierte die passenden Eventbauten für den Großevent.

Bereits seit Oktober 2024 war das Team von Nüssli mit dem Aufbau der temporären Bauten entlang der Piste, im Zielgelände und im VIP-Bereich beschäftigt. Dazu gehörten drei Tribünen mit insgesamt 13.500 Stehplätzen inklusive einem VIP-Bereich mit eigenen Tribünenplätzen und Hospitality-Zone. Allein das Zielstadion bot so Platz für bis zu 15.000 Fans. Für Zuschauer, die das Rennen am Bildschirm verfolgten, stellte Nüssli an der Strecke die nötigen Kameratürme

auf. Für Personen mit eingeschränkter Mobilität wurde zudem eine Rollstuhlplattform installiert.

Das Gelände und die Gegebenheiten der Salzburger Skiregion waren dem Team von Nüssli gut vertraut. Bereits 2020 baute man hier die Eventinfrastruktur für zwei Ski-Weltcuprennen auf – innerhalb von nur einer Woche. „Bereits wenige Tage nach der Auftragserteilung rollten die Lastwagen mit dem Systemmaterial ins Ski-gebiet. Und innerhalb einer Woche realisierten wir eine Zuschauertribüne, Sprecherkabinen, Kameratürme und Tragkonstruktionen für zwei Videowände“, erinnert sich Projektleiter Gottfried Kaisermayr.

Für die Ski-WM 2025 blieb dem Nüssli Team nun deutlich mehr Zeit für die Planung der Montagearbeiten: Anfang Oktober, noch vor dem ersten Schneefall in der Skiregion, begannen die

Monteure mit dem Aufbau des Zielstadions. Das hatte den Vorteil, dass der Boden noch nicht gefroren war und die Tribünen besser im Boden verankert werden konnten – für eine optimale Stabilität der Anlage. Das unberechenbare Winterwetter kann der Planung einen Strich durch die Rechnung machen und verlangt vom Aufbauteam viel Flexibilität: „Starker Wind erschwert die Bauarbeiten oder macht sie sogar unmöglich, und auch wenn viel Schnee fällt, müssen wir unsere Planung überdenken“, erklärt Markus Enzenberger. Erst als die endgültige Streckenführung feststand, begann das Projektteam im Januar 2025 mit dem Bau der Podeste und Türme für die Kameras.

Ziel der WM-Organisatoren war eine ressourcenschonende und barrierefreie Veranstaltung. Diesen Anspruch erfüllten dann auch die temporären Eventbauten von Nüssli auf Basis von Systemmaterial. Jede Gerüststange und jeder Tribünensitz wird laut Nüssli nach der Veranstaltung wieder in den Materialkreislauf integriert und für den nächsten Einsatz an einem neuen Ort eingeplant – möglichst direkt von Event zu Event und ohne unnötige Transportkilometer zu verursachen. So werde ein Tribünenplatz in einer Wintersaison durchschnittlich an rund 20 Veranstaltungstagen an verschiedenen Orten eingesetzt.

### Umfangreiche Services

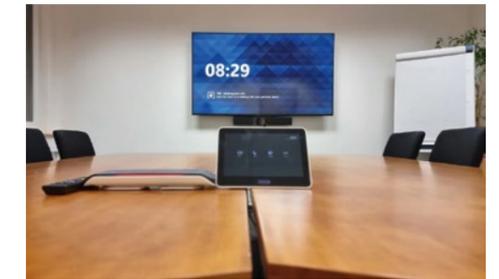
Bei der ISH 2025 in Frankfurt unterstützte PRG unter anderem die Stände von Windhager, Stiebel Eltron und Grundfos mit technischen Services.

Der über 500 qm große Windhager-Messestand wurde aus transparenten TitanX LED-Wänden mit einer Gesamtfläche von 137 qm gebaut. Besonders stach dabei die 8,4 mal 8,4 Meter große TitanX-LED-Wand über dem Eingangportal hervor. Eine Besonderheit stellte hier eine PRG Sonderkonstruktion dar, welche es ermöglichte die sonst primär schwebenden TitanX LED-Wände auch stehend zu verbauen. Auf der Bühne des Messestandes wurde zudem ein Black-Pearl 3 LED-Screen für Präsentationen und Videos eingesetzt. LED-Beleuchtung und Moving Lights unterstrichen die Produktpräsentationen, die im Rahmen einer täglichen Show stattfanden. Für die Standbeschallung wurden Lautsprechersysteme von L-Acoustics eingesetzt.

Auf dem über 730 qm große Stand von Stiebel Eltron wurde über 150 LED-Lampen installiert, um den Stand und die ausgestellten Exponate entsprechend zu beleuchten. Zudem wurden über 200 laufende Meter Schnick-Schnack LED-Streifen in Alu-Profilen in das Rig integriert, um die Standarchitektur optisch und atmosphärisch zu unterstützen.

## Dedalus rüstet Konferenzräume mit Sony Bravia aus

Dedalus, ein Anbieter von Software für das Gesundheitswesen und die Diagnostik, hat sich für Sony Bravia 4K Professional Displays entschieden, um seine Konferenzräume an seinen Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu modernisieren. Dedalus arbeitete für die Integration mit Vistafon zusammen und



Dedalus rüstet Konferenzräume mit Sony Bravia Displays aus (Foto: Sony)

hat sich für den Einsatz von Sony Bravia Professional Displays in seinen Büros entschieden. Die verschiedenen Konferenzräume sind jetzt mit insgesamt 50 Displays der BZ40L-Serie ausgestattet und liefern 4K-Bilder. Die Displays sind über eine Cloud-Lösung miteinander vernetzt.

Der Münchner Lösungsanbieter Vistafon war für die Installation der Displays in den Konferenzräumen verantwortlich: „Als zertifizierte Partner mehrerer renommierter Hersteller verfügen wir über ein außergewöhnliches Wissen, das es uns ermöglicht, die beste Lösung für eine Vielzahl von Aufgaben und Raumtypen zu finden“, sagt Saša Jukčić von Vistafon. „Für Dedalus war Sony die natürliche Wahl. Professionelle Bravia Displays zeichnen sich durch außergewöhnliche Nachhaltigkeit aus, ohne dabei auf beeindruckende Technologie zu verzichten.“

Von der Produktion bis zur Nutzung wird bei professionellen Bravia Displays die Nachhaltigkeit berücksichtigt. So hat Sony den recycelten Kunststoff Sorplas entwickelt, der bei der Herstellung der meisten Teile des Bildschirms zum Einsatz kommt und den Gesamtverbrauch an neuem Kunststoff um etwa 60 Prozent reduzieren soll. Darüber hinaus kann die automatische Helligkeitsregelung dafür sorgen, dass Bravia Bildschirme während der Nutzung nicht unnötig Strom verbrauchen.

„Es ist großartig zu sehen, dass Dedalus, ein Pionier im Gesundheitswesen mit starkem Wachstum, sich der Auswirkungen auf den Planeten bewusst ist und sich daher für die Bravia BZ40L-Serie mit ihrem nachhaltigen Designs und energieeffizienten Einstellungen entschieden hat“, sagt Chris Mullins von Sony Europe.



# Neues Beschallungssystem

## Da's Lupo in Köln setzt auf Optimal Audio

Im Kölner Gastronomiebetrieb Da's Lupo kommt seit Kurzem ein Beschallungssystem von Optimal Audio zum Einsatz. In verschiedenen Räumen des Gastrobereichs werden insgesamt vier Cuboid 6 und vier Cuboid 5 Lautsprecher eingesetzt. In einem Veranstaltungssaal im Untergeschoss kommen außerdem vier Cuboid 8 Lautsprecher sowie ein Sub 15 für den Tanzbereich zum Einsatz. Verstärker und Kontrolleinheiten stammen ebenfalls von Optimal Audio.



Da's Lupo in der Kölner Südstadt bietet moderne Küche in einem gemütlichen Ambiente.



Das Restaurant Da's Lupo in der Kölner Südstadt bietet moderne Küche in einem gemütlichen Ambiente. Dieser Anspruch sollte auch in die neue Beschallungsanlage von Optimal Audio einfließen. Im Da's Lupo sollen verschiedene Zonen separat gesteuert werden können – und das so unkompliziert wie möglich. Als Kontrolleinheit kommt die Audiomatrix Zone 8 zum Einsatz, außerdem noch das Wandpanel ZonePad 4. Über diese Geräte können alle Ein- und Ausgänge in jeder erdenklichen Kombination gesteuert werden. Alternativ kann die Musik über die zugehörige WebApp von einem Smart-Device kontrolliert werden. So hat der Anwender, egal ob vom Wandpanel oder Smartphone, zu jeder Zeit Zugriff auf alle Bereiche.

Die Lösung von Optimal Audio hilft auch dem Servicepersonal, schnell und einfach die Lautstärken und Quellen anzupassen. Eine lange oder komplizierte Einweisung war hier nicht nötig: „Oft hat das Thekenpersonal gegenüber einem herkömmlichen Audiosystem in Sachen

Bedienung ein gewisses Misstrauen“, erklärt Inga Schmitz, Serviceleitung im Restaurant Da's Lupo. „Mit dem ZonePad 4 fällt diese Einstiegshürde weg. Es ist intuitiv bedienbar und mittels Web-App ist die Anlage sogar fernsteuerbar. Seitdem wir unsere Musikanlage mit Optimal Audio ausgerüstet haben, gibt es keine Probleme mit der Bedienung und den unterschiedlichen Lautstärken in unseren verschiedenen Bereichen.“

Im Restaurant-Bereich sind vier Cuboid 5 sowie vier Cuboid 6 Lautsprecher installiert, die von Amp 100 Verstärkern mit einer Leistung von je zweimal 350 Watt betrieben werden. Der lineare Frequenzgang des Audio-Systems ermöglicht ei-

Es sollen einzelne Zonen separat gesteuert werden – so unkompliziert wie möglich.



Da's Lupo in Köln setzt auf Optimal Audio-Beschallungssystem (Fotos: Audio-Technica)

nen kohärenten Klang schon bei niedrigen Lautstärken, wodurch der Gesamtlautstärkepegel im Restaurantbetrieb minimiert wird. Im Untergeschoss sorgen vier Cuboid 8 und ein Sub 15 Basslautsprecher, angetrieben durch zwei Amp 300 Verstärker mit je zweimal 1.350 Watt, für die Beschallung. Events wie Hochzeiten, Geburtstage oder Firmenveranstaltungen werden hier durchgeführt.

„Der Betreiber vom Da's Lupo ist mit dem Wunsch auf uns zugekommen, die Beschallung zu modernisieren und eine einfache, an die Bedürfnisse der Gastronomie angepasste Steuerung zu installieren“, erklärt Sönke Klan von Starpoint, dem zuständigen Händler. „Diese Anforderungen konnten wir mit den Produkten von Optimal Audio hervorragend realisieren.“

Deutsche Messe und 4Dmagic modernisieren Messegelände

Die Deutsche Messe AG setzt bei der Modernisierung ihres Messegeländes verstärkt auf digitale Anzeigen. Gemeinsam mit dem hannoverschen Unternehmen 4Dmagic hat das Unternehmen rechtzeitig vor Beginn der diesjährigen Hannover Messe große LED-Screens an den Eingängen Nord 1, Nord 2 und West 1 installiert. Mit 12,5 mal sieben Metern und einer Auflösung von 3,8 Millionen Pixeln ist der Screen am Eingang Nord 1 der größte auf dem Messegelände. Ergänzt werden die drei festinstallierten Anzeigen durch mobile Screens, die auf dem Messegelände während der Veranstaltungen im Einsatz sind.

Die Screens sollen mit Ausstellerwerbung und redaktionellen Inhalten bespielt werden und so der Besucherinformation dienen. Im ersten Schritt ist hierfür die Bespielung mit Standbildern und Videos geplant, aber auch die Übertragung von Live-Streams von Eröffnungsfeiern oder Key-Note Speakern soll perspektivisch möglich sein.

Der Screen am Eingang Nord 1 wurde im Rahmen der Auftakt-Pressekonferenz der diesjährigen Hannover Messe von Jochen Köckler, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe AG, und Vertretern des Partnerlandes Kanada in Betrieb genommen.

## Studio Berlin jetzt mit Broadcast-Kompetenz

Wenn es um große Show- und Reality-Produktionen im In- und Ausland geht, setzt Studio Berlin jetzt auch auf Broadcast-Kompetenz von Sony. Der Produktionsdienstleister im TV- und Medienbereich mit Sitz in Berlin hat seine SMPTE ST2110-Flightcase-Produktionseinheit mit dem Live-Videomischer MLS-X1 von Sony ausgerüstet.

Flightcase-Regien sind kompakte Einheiten, in denen Bild- und Ton-Regie sowie die Bildtechnik integriert sind. Der MLS-X1 bietet laut Sony eine professionelle Lösung für sämtliche Anforderungen an die Live-Produktion von einem einzigen äußerst flexiblen und skalierbaren Gerät aus. Studio Berlins erweiterte Flightcase-Produktionseinheit ging nach einer nur fünfmonatigen Planungsphase im April in Betrieb.

Der MLS-X1 Live-Videomischer von Sony vereint bewährte Videoverarbeitungsstruktur mit einem GPU-basiertes Effekt- und Grafikmodul mit einer flexiblen Videorechenleistung. Der Live-Mischer unterstützt die Echtzeitverarbeitung von 4K (UHD) und HDR-Videos (High Dynamic Range) mit niedriger Latenz. Je nach Konfiguration unterstützt der MLS-X1 sowohl 100G-IP- als auch 12G/3G/1.5G-SDI-Eingang- und Ausgangsschnittstellen. Beide Schnittstellen bieten Formatkonvertierung für ein- und ausgehende Videosignale. Die logische Mischerkonfiguration, die aus mehreren MLS-X1-Einheiten mit IP- und SDI-Schnittstelle bestehen kann, ist auch für gemischten IP- und SDI-Betrieb möglich.

Überzeugt hat Studio Berlin eine hohe Produktionssicherheit durch die Modularität der Einzelkomponenten, besonders an abgelegenen Pro-



Studio Berlin setzt auf Live-Videomischer MLS-X1 von Sony (Foto: Sony)

duktionsstandorten weltweit. Hinzu kommen umfangreiche und detaillierte ST2110-Integrationsmöglichkeiten sowie ein zeitgemäßes und modernes ‚Look and Feel‘ der System-Menüs und Konfigurations-Oberflächen: „Die Produktionsanforderungen unserer international eingesetzten Flightcase-Regien variieren stark“, sagt dazu Florian Sprengel von Studio Berlin.

## Differenzierter Livesound

Im Rahmen ihrer „The Dogz of Oz“-Welttournee war die legendäre Rockband Toto Anfang 2025 in Deutschland zu Gast – mit gefeierten Konzerten in Düsseldorf und Stuttgart. Im Fokus: musikalische Präzision, komplexe Arrangements und ein differenzierter Livesound, der unter anderem durch Einsatz der SL-Serie von d&b audiotechnik realisiert wurde.



Toto in der Porsche Arena in Stuttgart (Foto: d&b audiotechnik)

FOH-Engineer Ken Freeman, langjähriger Ton-techniker der Band, setzte für die Shows auf ein System aus GSL und KSL. „Toto gehört definitiv zu den anspruchsvolleren Mixing-Aufgaben“, erklärt Freeman. „Die Musik lebt von dichten Arrangements und vielen Details. Ein statischer Mix reicht da nicht – man braucht ein Soundsystem, das auf jede Nuance reagiert.“

In der Porsche Arena Stuttgart bestand das Set-up aus je 14 GSL8 Line-Array-Elementen (Main L/R), ergänzt durch Side-Hangs mit je zwölf KSL8. Für die Tieftonversorgung kamen 24 SL-SUBs in Zahnückenordnung zum Einsatz, während acht Y7P-Punktquellenlautsprecher als Frontfills dienten. „Was ich an d&b Line Arrays besonders schätze, ist der homogene und natürliche Klang über alle Systeme hinweg“, so Freeman. „Das ArrayProcessing ist zudem ein mächtiges Werkzeug – besonders mit einem guten Systemtechniker.“

Diese Rolle übernahm Michael Hahn von Go Audio Rental. Auch er zeigt sich überzeugt: „Mit GSL und KSL erzielen wir eine exzellente Richt- und Tiefenwirkung – selbst in schwierigen akustischen Umgebungen. Dadurch sind wir weniger zu Kompromissen gezwungen und können den Sound konstant auf hohem Niveau halten.“

Das galt auch für das bislang größte Europa-Konzert der Tour im niederländischen GelreDome, wo Toto vor 32.000 Fans auftrat. Bei geschlossenem Dach kam dort ein erweitertes GSL-System zum Einsatz – mit zusätzlichen Delay-Arrays und geflogenen sowie bodenstehenden SL-SUBs. Trotz der Stadiongröße konnte das Besteck durch seine Leistungsdichte überzeugen.

Ein Vorteil der SL-Serie ist laut Hahn zudem das geringe Gewicht des Equipments.

# Prolight + Sound 2025

## Messebilanz und neue Produkte vom Branchentreff in Frankfurt

Die Welt der Events ist im Wandel – die Prolight + Sound 2025 zeigte vom 8. bis zum 11. April, wie aktiv die Veranstaltungsbranche diesen Wandel gestaltet – mit neuen Produkten, viel Know-how und praxisnahen Anwendungen. 23.031 Fachbesucher aus 108 Ländern nutzten die Ausgabe zum 30. Geburtstag der Fachmesse, um Impulse für ihre Arbeit zu gewinnen und neue Kontakte zu knüpfen.

programm-Punkten an vier Tagen eine beeindruckende Demonstration der Innovationskraft der Branche. Ob nachhaltige Events, KI-gestützte Technologien oder flexible Techniklösungen – hier zeigten die Aussteller, wie die Event- und Entertainmentindustrie auf die aktuelle herausfordernde Branchenkonjunktur reagiert“, resümierte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt.

Im Mittelpunkt der Messe standen drei Themenschwerpunkte: „ProGreen: Impulse für eine nachhaltigere Eventbranche“, „FutureScapes: Erlebniswelten zwischen Immersion und KI“ und „MultiTech: Flexibel und smart“. „ProGreen“ lenkte den Blick auf neue Entwicklungen und Trends für eine nachhaltigere Veranstaltungsbranche – darunter energieeffiziente Lösungen und progressive Konzepte für eine umweltfreundlichere Eventgestaltung.

Fachwissen – unter anderem in den drei bilingualen Prolight + Sound Colleges. Realisiert wurden sie in Kooperation mit dem VDT – Verband Deutscher Tonmeister (ProAudio College), dem VPLT – Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik (Theatre College) sowie dem BVFK – Bundesverband der Fernsehkameralente (Camera College). Die Green Sessions des EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren) setzten wichtige Impulse für die nachhaltige Durchführung von Events. Erstmals entstand auch ein eigener Bereich mit speziellem Fachprogramm und Networking-Angeboten für die Theater-Community. In neuen Formaten wie dem „Theatre Talk“ und dem „Theatre College by VPLT“ gaben Experten Einblicke in Produkte und neue Konzepte für Theater und Bühne.

Mit interaktiven Erlebnisformaten wie MusicOneX, der Mixcon x BVD present DJ- & Producer Conference und dem MixLab bot die Veranstaltung auch Möglichkeiten zum Ausprobieren, kreativen Gestalten und praxisnahen Lernen. Die Prolight + Sound positionierte sich so auch als Erleb-



Xpression 2000B Beam  
(Foto: Highlite)

Highlite hat auf der Messe eine breite Palette an neuen und aktualisierten Produkten vorgestellt. Von seiner Marke Showtec gab es die Xpression-Serie zu sehen, mit den drei neuen Indoor-Moving-Heads Xpression 2000S Spot, 2000B Beam und 2000W WashBeam. Der ebenfalls vorgestellte IP Pixelstrip ist ein vielseitiges System aus IP65-zertifizierten LED-Leisten, die von einem speziellen Controller gesteuert werden – mit Kopplungshardware für die Erstellung von 3D-Set-ups. Auch der Goliath wurde dem Publikum zum ersten Mal präsentiert – das Retro-Licht mit 320 W LED mit Tungsten-Dimmung und drei LED-Ringen bietet 264 einzeln ansteuerbare RGB-LEDs. Von Infinity wurde die neue hochwertige, IP65-zertifizierte Furion-Serie von Moving Heads vorgestellt, die während einer großen

Eine kleine Auswahl an bei der Prolight + Sound 2025 vorgestellten Produkten haben wir nachfolgend zusammengetragen, wie immer subjektiv und ohne Anspruch auf Vollständigkeit

### Highlite

Highlite hat auf der Messe eine breite Palette an neuen und aktualisierten Produkten vorgestellt.

Von seiner Marke Showtec gab es die Xpression-Serie zu sehen, mit den drei neuen Indoor-Moving-Heads Xpression 2000S Spot, 2000B Beam und 2000W WashBeam. Der ebenfalls vorgestellte IP Pixelstrip ist ein vielseitiges System aus IP65-zertifizierten LED-Leisten, die von einem speziellen Controller gesteuert werden – mit Kopplungshardware für die Erstellung von 3D-Set-ups. Auch der Goliath wurde dem Publikum zum ersten Mal präsentiert – das Retro-Licht mit 320 W LED mit Tungsten-Dimmung und drei LED-Ringen bietet 264 einzeln ansteuerbare RGB-LEDs. Von Infinity wurde die neue hochwertige, IP65-zertifizierte Furion-Serie von Moving Heads vorgestellt, die während einer großen



Impressionen von der Prolight + Sound 2025, Main Stage  
(Fotos: Messe Frankfurt/Jochen Günther)

Portalhaus



Xpression 2000W WashBeam  
(Foto: Highlite)



JDC Burst 1  
(Foto: GLP)

Für vier Tage verwandelte sich das Frankfurter Messegelände in das Zentrum der internationalen Event- und Entertainmenttechnik-Branche. In allen Bereichen wurde Technik erlebbar gemacht – von intelligenten Licht- und Tontechnologien über automatisierte Kamerasysteme bis hin zu nachhaltigen Konzepten für energieeffiziente Events. 491 Aussteller plus zahlreiche Marken präsentierten ihre Innovationen und Lösungen.

Die Besucher kamen dabei aus allen Regionen der Welt. Der Anteil der internationalen Besucher lag bei rund 36 Prozent. Über die Hälfte des Fachpublikums zeichnete sich laut der Veranstalter dabei durch eine hohe Entscheidungs- und Einkaufskompetenz aus. Signifikant gestiegen sei das Interesse der Messegäste an den Angebotsbereichen PA- und Lichttechnik. 83 Prozent der Besucher waren demnach rundum mit der Veranstaltung zufrieden. „Die Prolight + Sound 2025 war mit über 580 Event-

„Die Prolight + Sound 2025 war mit über 580 Eventprogramm-Punkten an vier Tagen eine beeindruckende Demonstration der Innovationskraft der Branche.“  
(Wolfgang Marzin)



Torhaus

„FutureScapes“ rückte künstliche Intelligenz und immersive Technologien in den Fokus. KI-gestützte Produktneuheiten sowie Keynotes und Panels zeigten auf, wie solche Innovationen die Zukunft von Bühnenshows und Entertainment-Erlebnissen bereichern können. Im Zentrum des Themenkomplexes „MultiTech“ standen flexible und smarte Lösungen für verschiedene Eventformate – darunter multifunktionale Audio- und Beleuchtungsprodukte, modulare Medienstelen sowie Beiträge zu automatisierten Tracking- und Visualisierungssystemen und zur dynamischen Showsteuerung.

Auch in Sachen Wissen und Weiterbildung wurde dem Event- und Entertainment-Technology-Sektor viel geboten – ob auf der Main Stage, im neuen Knowledge Forum oder in zahlreichen Panels und Workshops. Sämtliche Inhalte standen hier allen Teilnehmenden kostenfrei zur Verfügung. Mehr als 200 Speaker vermittelten

nis-, Wissens- und Networking-Plattform für die Branche. Die Messe investierte besonders in den Ausbau der Angebote für Profis aus dem Musik-Business – darunter Musikproduzenten, Mixing Engineers, DJs, Komponisten, A&Rs, Musikmanager und -promoter. Raum für besondere Begegnungsmomente boten auch die PLS Community Nights. Den Höhepunkt bildete die „30 Years of PLS“-Geburtsstagsfeier im Depot 1899 am Mittwoch.

Im Rahmen der Prolight + Sound 2025 präsentierten sich auch die Branchen-Awards mit neuem Konzept: Der bisherige „Opus – Deutscher Bühnenpreis“ wurde in „Opus – International Stage Award“ umbenannt und um internationale Einreichungen erweitert. Neu hinzu kamen Kategorien für Event Lighting, Immersive Sound sowie Camera & Image. Erstmals war zudem ein Publikums-Voting Teil des Entscheidungsprozesses beim „Sinus – Systems Integration Award“ sowie den Opus-Preisen.



Livesound Arena

Die segmentierbare Strobe-Line ist laut GLP zehn Prozent heller als beim JDC1 und lässt sich erstmals in RGBW ausgestatteten LED-Plates im gleichen Weißton flashen.

Live-Demonstration auf der Veranstaltung in Aktion zu sehen waren. Von DAP präsentierte man die neue TA-Serie von DSP-gesteuerten Touring-Verstärkern und die neue SI-Serie von Installationsverstärkern.

### GLP

Auch GLP zeigte neue Produkte sowie einige Prototypen in Frankfurt. Der JDC Burst 1 etwa stellt die nächste Evolutionsstufe des Hybrid-Strobes JDC1 dar. Die segmentierbare Strobe-Line ist laut GLP zehn Prozent heller als beim JDC1 und lässt sich gemeinsam mit den erstmals in RGBW ausgestatteten LED-Plates im gleichen Weißton flashen. Auch die RGBW-Plates bieten eine gesteigerte Farbleistung und sind in 20 mal 240 Pixel aufgelöst. Die IP65-zertifizierte neue WildBar 16 ist eine LED-Tilt-Bar mit 16 RGB-LEDs, variablem Zoom (4°-44°), motorisiertem Tilt (200°) und integrierter FX-Engine. Mit der Matrix Serie führt

GLP ein modulares Cluster-System ein, das es ermöglicht, mehrere Frame-basierte Scheinwerfer mechanisch zu einem nahtlosen, individuellen Lichtsystem zu verbinden. Den Auftakt bildet der Matrix Eye, ein LED-Blinder mit RGBAL-LEDs und dem GLP iQ.Gamut Color Algorithmus. Die charakteristische Dimmkurve simuliert das Verhalten klassischer Tungsten-Blinder und verbindet so einen Old-School-Look-and-Feel mit den Vorteilen moderner LED-Technologie. GLP präsentierte zudem die Einführung der neuen Marke Nexus Lights, die auf kabellose, akkubetriebene und appgesteuerte LED-Lichtsysteme setzt. Die ersten Produkte der Serie – die Formen Circle, Square und Line – sind modular kombinierbar und IP65-zertifiziert.

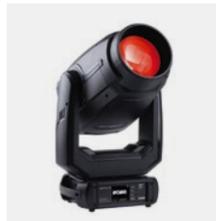
### RCF

Im Zentrum des RCF-Messeauftritts stand die brandneue SUB 9000 Serie, die mit modernsten Technologien für den Tieftonbereich ausgestattet ist. Ergänzt wurde das Line-up durch die neuen aktiven Lautsprecher der KX Serie, die sowohl für Live-Sound als auch für Installationsanwendungen optimiert wurden. Zudem zeigte RCF Kombinationen der Serien NX und ART, unter anderem mit den Subwoofern SUB 15-AS und



Wildbar 16  
(Foto: GLP)

### Im Zentrum des RCF-Messeauftritts stand die brandneue SUB 9000 Serie.



LedPointe  
(Foto: Robe)

der in einem IP65-zertifizierten Movinghead. Mit dem LedPointe bringt Robe eine LED-Version des Pointe auf den Markt – die integrierte TE 280W HP LED-Engine liefert hier 200.000 lx bei 5 m Entfernung. Avolites stellte die neuen Diamond 7-Konsolen D7-330 und D7-215 vor – Lichtpulte mit kompaktem Format für den mobilen Einsatz. Ergänzt wurden die D9-Serie, T3/T3-W-Controller sowie Schulungen zur Titan-Software am Stand angeboten. Anolis zeigte die neue Agame-Serie für akzentuierte Architekturbeleuchtung mit IP67-Schutz und präziser Farbtemperatursteuerung. Die Lyrae-Serie wurde um WallWasher in den Größen XS bis M erweitert. LSC Control Systems demonstrierte das modulare Stromverteilungssystem Unitour mit 24 oder 48 Kanälen, Erdschlussüberwachung, Schutzmechanismen und Touchscreensteuerung via Uniplate.

### RTS

In einer Deutschlandpremiere zeigte RTS das Nomad Wireless Intercom. Nur wenige Tage nach dem offiziellen Produktlaunch auf der NAB Show in Las Vegas wurde das neue System eigens für die Prolight + Sound 2025 nach Frankfurt eingeflogen. Mit seiner robusten Bauweise,



Modelle der SUB 9000 Serie  
(Foto: RCF)

SUB 18-AS. Ein weiteres Messe-Highlight waren die neuen Installationslautsprecher der X Serie, darunter die kompakten Modelle X08 und X28L. Im Außenbereich der Messe war die RCF-Marke TT+ Audio in der Live Sound Arena mit einer eigenen Bühne vertreten. Als besonderes Messe-Highlight wurde hier erstmals die neue Point Source GT8 in Kombination mit dem kompakten Subwoofer GTS 19G gezeigt.

### Robe Group

Die Unternehmen der Robe Group – Avolites, Anolis, LSC und Artistic Licence – präsentieren ihr umfassendes Portfolio für Beleuchtungs- und Steuerungslösungen. Der neue Robe WTF! etwa vereint Strobe, Flutter, Beam und Blin-



Nomad Wireless Intercom  
(Foto: RTS)

### Der neue Robe WTF! vereint Strobe, Flutter, Beam und Blinder in einem Movinghead.

der lizenzfreien DECT-Technologie und der vollständigen Integration in bestehende RTS-Matrixsysteme positioniert sich Nomad als leistungsfähige Lösung für die drahtlose Kommunikation bei Broadcast-, Event- und Theaterproduktionen. Das Nomad Wireless Intercom basiert auf dem lizenzfreien DECT-Standard und soll so eine drahtlose Kommunikation mit hoher Reichweite, klarem Audio und stabiler Verbindung ermöglichen.

### Kling & Freitag

Im Fokus des Messeauftritts von Kling & Freitag stand unter anderem der Sequenza 8, ein neues Line-Array-System für flexible Einsätze. Herzstück ist die TrueShape Horn-Technologie, die

Kling & Freitag speziell dafür entwickelt hat, um eine gleichmäßige horizontale Schallverteilung zu gewährleisten – unabhängig von der Abstrahlbreite. Im Gegensatz zu klassischen Lösungen, bei denen oft nur Teile des Horns modifiziert werden, verändert TrueShape die gesamte Hornkontur.

Wo bislang zwei Varianten – N (77°) und W (100°) – erforderlich waren, ermöglicht TrueShape nun drei werkzeuglos umschaltbare Optionen: N (60°), W (90°) und XW (120°). Auch asymmetrische Abstrahlwinkel lassen sich realisieren. Im Mittel- und Tieftonbereich sorgen vier speziell entwickelte 4"-Mitteltonchassis in Bassreflex-Gehäusen für eine präzise Abstrahlung, während die nach außen geneigten Tieftöner ein kompaktes Gehäusedesign ermöglichen.

### Claypaky

Claypaky hatte neben schon bekannten Produkten auch absolute Neuheiten im Gepäck. Tambora Stormy Linear ist eine Hybrid-Bar für visuelle Stroboskopeffekte – mit viel Helligkeit, pixelgenauer Steuerung und nahtloser Modularität. Auch die Tambora Glare ist eine neue Hybrid-Bar, die Helligkeit, präzise Farbmischung und Motion Graphics vereint. Dank



Sequenza 8  
(Foto: Kling & Freitag)

### Litecraft zeigte unter anderem das neue WashXTC, ein Washlight mit praxisnahen Features.

ternehmen ArKaos etwa präsentierte drei neue Servermodelle und die neue Software ArKaos pro und ArKaos core. Besucher konnten zudem eine Vorschau auf die kommende Version der 3D-Visualisierungssoftware Capture erhalten. Die neue Ausgabe bringt Verbesserungen in Echtzeit-Rendering, Patch-Handling und Datenexport.

Lumenradio zeigte unter anderem das neue MoonLite<sup>2</sup>. Die CRMX-Technologie sorgt hier für störungsfreie, latenzarme Signalübertragung. Mit Wireless Solution wird das Angebot um zusätzliche drahtlose DMX-Lösungen erweitert, die erstmals am Stand von LMP zu sehen waren.

Litecraft zeigte unter anderem das neue WashXTC, ein Washlight mit praxisnahen Features für den täglichen Einsatz – sowie die neue Akku-Leuchte BX.12 mit IP65-Schutz, CRMX-Modul und zahlreichen neuen Features.

### Electro-Voice

Electro-Voice stellte mit Evolve 70 und Evolve 90 gleich zwei neue Säulenlautsprecher-Systeme vor. Beide Lösungen kombinieren professionelle Leistung mit viel Mobilität – entwickelt für große Veranstaltungen, bei denen guter Sound und ein schneller Aufbau gefragt sind. Evolve 70



Robe WTF!  
(Foto: Robe)



Volero Twins  
(Foto: Claypaky)



WashXTC, BX.12  
(Foto: LMP Lichttechnik)

Single-Pixel-Mapping ist jede LED einzeln steuerbar, während der Blinder-Effekt viel Punch bietet. Volero Twins dagegen vereint IP66-Leiste, Effektlicht und Moving Head in einem Gerät. Dies neue Lösung kombiniert die kreative Freiheit der Effektbeleuchtung mit präzisen Moving-Head-Funktionen.

Actoris Fresnel ist das neueste Mitglied der Claypaky MultispektralFamilie. Die neue Beleuchtungslösung bietet Profis viel Flexibilität in Theatern, Studios und bei Live-Events.

### LMP

Auf dem LMP-Stand präsentierten sich neben LMP in diesem Jahr auch Partner des Unternehmens als Mitaussteller. Das belgische Un-



Evolve 70, Evolve 90  
(Foto: Electro-Voice)

für mittlere bis große Events ausgelegt – mit einem 15-Zoll-Subwoofer, acht 4,7-Zoll-Neodym-Treibern und einer Verstärkerleistung von 2.000 Watt.

Eine Nummer größer und kraftvoller präsentiert sich Evolve 90. Sie eignet sich für große Events oder bassintensive Musikrichtungen. Das System integriert einen 18-Zoll-Subwoofer mit einer 4-Zoll-Schwingspule, liefert Tiefen bis 28 Hz und erreicht einen maximalen Schalldruckpegel von 134 dB.

Beide Systeme sind vollständig in das aktualisierte QuickSmart Mobile App-Ökosystem integriert. Damit lassen sich Lautstärke, EQ, Presets und Systemvernetzung via Bluetooth steuern.



H. Amann mit P18 Profiles  
(Foto: founnell showtechnik)

### founnell show- technik investiert in JB-Lighting

Die founnell show-technik GmbH hat ihren Bestand um 16 Profile P18 MK2 HP vom Hersteller JB-Lighting erweitert. Die Geräte stehen ab sofort beim Eventdienstleister aus Feldkirchen zur Miete bereit. Damit wächst die Zumietbarkeit der JB-Lighting Produkte weiter und noch mehr Veranstalter, Verleiher und Theater können entsprechend ihres temporären Bedarfs auf die Movingheads des Herstellers zugreifen.

Der P18 Profile setzt in seiner neuen Generation (MK2) auf ein 1.100 W Weißlicht LED-Modul. Das Blendenschiebermodul ist komplett um 130° drehbar und das Handling des kompakten und 32 kg schweren P18 MK2 wird durch die beiden zusätzlichen Tragegriffe vereinfacht.



stagereport.de

# Neuester Stand

## Laut und Hell investiert in Coda Audio-Beschallungssystem

Der Veranstaltungstechnik-Dienstleister Laut und Hell hat umfassend in Beschallungstechnik von Coda Audio investiert. Mit diesem Schritt wollen das Unternehmen mit Sitz in Ense und Inhaber Ludger Brunnberg das Portfolio erweitern, um ihren Kunden ein noch vielfältigeres und hochwertigeres Angebot im Bereich Beschallung zu bieten.



Laut und Hell investiert in Coda Audio-Beschallungssystem  
(Foto: Teqsas)

Die Investition umfasst zwölf ViRAY, acht SCV-F und zwei SC2-F Subwoofer, vier APS und vier APS SUB, sechs CUE4, zwei G15, den Hops8 und den G712 sowie den Linus14D Systemverstärker.

Ludger Brunnberg zur Investition: „Unser Ziel ist es, immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, mit den Lösungen von Coda Audio können wir noch besser auf die Anforderungen unterschiedlichster Veranstaltungen eingehen, von kleinen Events bis hin zu größeren Produktionen. Die Flexibilität und Zuverlässigkeit der Systeme geben uns die Möglichkeit, schneller auf Kundenwünsche zu reagieren und gleichzeitig unseren Workflow effizienter zu gestalten. Außerdem war es uns wichtig, unser Angebot zukunftssicher aufzustellen, um den steigenden Anforderungen der Branche gerecht zu werden.“

Die Investition wurde nach Beratung durch den Vertriebspartner Teqsas getätigt. Gunnar Goebel, technischer Vertrieb bei Teqsas, begleitet den Prozess und erläutert die Entscheidung: „Laut und Hell hat sich für ein flexibles und leistungsstarkes Set-up entschieden, das perfekt auf die Bedürfnisse des Unternehmens abgestimmt ist. Die Systeme von Coda Audio stehen für außergewöhnliche Klangqualität, Zuverlässigkeit und Vielseitigkeit. Wir sind überzeugt, dass diese Investition ein wichtiger Meilenstein für Ludger ist.“

### Bergson Kunst- kraftwerk Mün- chen setzt auf LCPRO

Das Bergson Kunstkraftwerk in München, ein Kulturzentrum mit 20.000 Quadratmetern Fläche, setzt künftig auf Produkte von LCPRO. Mit seiner Deckenhöhe von 25 Metern und seinem Industriecharme dient das Bergson als Kulisse für unterschiedlichste Events. Seit Februar sorgen dort nun 36 LCPRO Show.CYC B4 Wired Scheinwerfer im Atrium und auf der Beletage für Lichteffekte.

Die Entscheidung für LCPRO fiel im Bergson aufgrund des Preis-Leistungs-Verhältnisses, der vielseitigen RGBL-Farb Mischung sowie der guten Farbwiedergabe. Dank der IP65-Zertifizierung benötigen die Scheinwerfer einen minimalen Wartungsaufwand. Die neue B4-Serie von LCPRO ist die mit Lumenradio TimoTwo FX Karten ausgestattet und ermöglicht so eine kabellose Steuerung per CRMX über RDM. Damit lassen sich die Scheinwerfer noch flexibler in Event-Set-ups integrieren.

LCPRO, eine Marke der LC Handels GmbH, entwickelt hochwertige Veranstaltungstechnik, die in Deutschland konzipiert und in Fertigungsstätten in China und Hongkong produziert wird. Die Marke wird exklusiv über BT.innotec vertrieben.

„Unser Ziel ist es, immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, mit den Lösungen von Coda Audio können wir noch besser auf die Anforderungen unterschiedlichster Veranstaltungen eingehen.“

Die Investition wurde durch den Vertriebspartner Teqsas getätigt.

„Laut und Hell hat sich für ein flexibles und leistungsstarkes Set-up entschieden, das perfekt auf die Bedürfnisse des Unternehmens abgestimmt ist.“

### SSM erweitert die Geschäftsführung mit Christian Strobel

Christian Strobel ist zum Geschäftsführer bei SSM Veranstaltungstechnik in München ernannt worden. Strobel ist seit vielen Jahren im operativen Geschäft von SSM tätig und vielen Kunden und Partnern bereits bekannt. Er bleibt auch weiterhin persönlicher Ansprechpartner in der Planung und Realisierung von Events.

Seit Anfang März ergänzt er das Führungsteam neben Matthias Mitterer und Ralf Schoger. In seiner neuen Funktion wird er die strategische Ausrichtung des Unternehmens mitgestalten und Beiträge in der operativen Leitung leisten.



Christian Strobel  
(Foto: SSM)

SSM Veranstaltungstechnik wurde 1995 gegründet und hat sich als Eventdienstleister im B2B-Bereich spezialisiert. Das Angebot umfasst die komplette technische Eventausstattung und Eventbetreuung von der Planung bis zur Umsetzung.

### Kundenfokus: d&b stellt das Führungs- team neu auf

Im Rahmen des kontinuierlichen strategischen Wachstums nimmt d&b Veränderungen im Management vor, um den Kundenfokus zu stärken, Innovationen voranzutreiben, die Entscheidungsfindung zu verbessern

und die Zusammenarbeit zu intensivieren. Neu dabei sind Jaakko Kaivonen als neuer CRO und Nicola Wagener als neue CPSO.



Nicola Wagener  
(Foto: d&b)

Stephan Greiner, bisheriger COO von d&b audiotechnik sowie Karen Wefelmeyer, bisherige CPSO der d&b group, haben sich aus persönlichen Gründen entschieden, ihre bisherigen Positionen niederzulegen.

Jaakko Kaivonen bringt umfangreiche Erfahrung in der Leitung globaler Vertriebsstrukturen im B2B-Geschäft mit. In seinen verschiedenen Managementfunktionen hatte Kaivonen in früheren Unternehmen die volle P&L-Verantwortung inne, darunter die globale Leitung der Industrial Segment for Entrance Systems Division bei der Assa Abloy Group. Zudem war er in verschiedenen Managementrollen bei der Kone Corporation tätig.

Mit Nicola Wagener als CPSO gewinnt d&b eine versierte Führungskraft mit ausgeprägtem Geschäftssinn und Expertise in organisatorischer Transformation und Strategie. Sie verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Förderung von Leistung und organisatorischem Wandel in verschiedenen Branchen, beginnend mit ihrer Position als Top-Managementberaterin bei McKinsey & Company, gefolgt von ihrer Rolle als Head of Corporate Strategy & Portfolio bei thyssenkrupp und zuletzt als Führungsbekräftigte bei ghSmart.

### Thomas Schilde-Abt verstärkt den LMP- Vertrieb

LMP hat sich mit Thomas „Tom“ Schilde-Abt verstärkt. Schilde-Abt ist als Vertriebsmitarbeiter im Außendienst für die Region Südostdeutschland tätig.

Der IT-Systemelektroniker ist seit vielen Jahren in der Veranstaltungsbranche tätig – nicht nur als Berater, sondern auch als aktiver Musiker.

Seine Leidenschaft für Eventtechnik spiegelt sich in seinem beruflichen Werdegang wider: Schon früh investierte er in eigene Veranstaltungstechnik, um seinen kreativen Ideen und musikalischen Auftritten die bestmögliche technische Umsetzung zu bieten.

Seit 2007 ist er als selbstständiger Unternehmer tätig und hat sich auf die Planung und Umsetzung technischer Lösungen für Veranstaltungen spezialisiert. Diese Kombination aus techni-



Thomas Schilde-Abt  
(Foto: LMP Lichttechnik)

scher Expertise und Anwenderperspektive ermöglicht es ihm, maßgeschneiderte Lösungen für LMP-Kunden anzubieten und sie zu unterstützen.

### Meyer Sound meldet Veränderungen in der Organisation

Meyer Sound hat personelle Veränderungen in der Organisationsstruktur vorge-

nommen. Ziel ist die bessere Zusammenarbeit und Koordination zwischen den verschiedenen Abteilungen und eine Optimierung der Unterstützung für die Partner und Anwender in den Regionen.

John McMahon, Senior Vice President bei Meyer Sound, wird neben Vertrieb und Marketing auch für die Bereiche Forschung, Entwicklung und Operations verantwortlich sein.

Amy Luley wurde zum Meyer Sound Senior Director Sales für Nord- und Südamerika ernannt. In ihrer neuen



Amy Luley  
(Foto: Meyer Sound)

Rolle wird sie neben dem Vertrieb auch die Technical Service Abteilung betreuen.

Wolfgang Leute, Managing Director, Europe, wird ab sofort zusätzlich als Senior Director Sales für den Mittleren Osten, Afrika und Asien fungieren und die Betreuung des Technical Services in diesen Regionen übernehmen.

Roland Morcom ist von nun an als Sales Manager, Europe für das Meyer Sound Vertriebsnetzwerk in der EMEA-Region zuständig.

Die Gründer John und Helen Meyer werden nach wie vor als CEO beziehungsweise Executive Vice President tätig sein. „Durch die Veränderungen in der Organisation stellen wir sicher, dass wir von der Produktkonzeption bis hin zu Fertigung und Vertrieb so flexibel und effektiv wie möglich arbeiten“, so Helen Meyer. „So können wir in Zukunft noch besser und schneller auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Partner reagieren.“

## FUNK- / INTERCOMTECHNIK


**INTELLIGENTE MEDIEN NETZWERKE**  
 FÜR VIDEO, AUDIO, DATEN UND KOMMUNIKATION

**RIEDEL**
[www.riedel.net](http://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](mailto:rental@riedel.net)  
[www.riedel.net](http://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](mailto:info@magic-sky.de)  
[www.magic-sky.de](http://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.*

 skyliner GmbH  
 \_ Felix Lenz  
 Rathausplatz 1  
 53773 Hennef

 T +49 (0)2242 9516788  
[info@skyliner.tv](mailto:info@skyliner.tv)  
[www.skyliner.tv](http://www.skyliner.tv)

Die mobile Eventüberdachung skyliner® – Ein besonderes Setting für besondere Outdoor Events, mit bis zu 1.110 qm überdachter Fläche und 10 m lichter Standardhöhe. Die freischwebende Dachmembran mit dem Prinzip Luftstütze macht den Unterschied! TÜV geprüft, standsicher bis Windstärke 12, an nur einem Tag installiert – So geht Open Air.

## MEDIEN- / LED-WÄNDE


 Acetec GmbH  
 Ihr Ansprechpartner:  
 Michael Lenkeit  
 Rostocker Straße 17  
 65191 Wiesbaden

 T +49 611 9879296  
[mail@acetec.de](mailto:mail@acetec.de)  
[www.acetec.de](http://www.acetec.de)

ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.

## MOBILE STROMVERSORGUNG / SICHERHEITSÜBERPRÜFUNGEN


**MIETSHOP: [www.meevi-rent.de](http://www.meevi-rent.de)**  
 Licht + Kabel + Verteiler + Aggregate

 MEEVI-rent GmbH  
 Theodorstrasse 22  
 70469 Stuttgart

 T 0711 18420196  
[rental@meevi-rent.de](mailto:rental@meevi-rent.de)  
[www.meevi-rent.de](http://www.meevi-rent.de)

MEEVI-rent vermietet mobilen Strom. Von der Planung, über die Vermietung aller benötigten Komponenten zur Stromversorgung vor Ort, bis zur Umsetzung und Betreuung vor Ort sind wir Ihr Partner. Bei MEEVI-rent arbeiten ausschließlich ausgebildete Fachkräfte aus den Bereichen Veranstaltungs- und Elektrotechnik!

## TECHNISCHE DIENSTLEISTUNG

**Aventem**

HÖREN · SEHEN · STAUNEN


 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](mailto:info@aventem.de)  
[www.aventem.digital](http://www.aventem.digital)

Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.

## TRAVERSEN / ANSCHLAGMITTEL


 Global Truss GmbH  
 Im Stöckmädle 27  
 76307 Karlsbad

 T +49 7248 94790 60  
[info@globaltruss.de](mailto:info@globaltruss.de)  
[www.globaltruss.de](http://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&amp;K LUMITEC

 2 rue Alfred Kastler  
 Zone Industrielle  
 67850 Herrlisheim –  
 France

 T +33 (0) 3.88.96.80.90  
[info@bklumitec.com](mailto:info@bklumitec.com)

 Office Deutschland:  
 T +49 7248 94790 30  
[export@bklumitec.com](mailto:export@bklumitec.com)

B&amp;K LUMITEC ist ein erfolgreiches Unternehmen mit Sitz in Herrlisheim an der deutsch-französischen Grenze. Mit den Produkten aus der großen B&amp;K Lumitec – Markenwelt werden viele kleine und große Veranstaltungen &amp; 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](mailto:contact@btl-x.de)  
[www.btl-x.de](http://www.btl-x.de)

Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und starten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veranstaltungen mit der passenden Technik aus – von hochwertiger LED-Technik bis hin zu beeindruckenden Lichtshows bieten wir ein umfassendes Spektrum an Eventtechnik. Unser erfahrenes Team aus Expert:innen begleitet dich start-to-end und steht dir mit Expertise zur Seite.

## VIDEO


 Screen Visions GmbH  
 Waldburgstraße 17/19  
 70563 Stuttgart

 T 0711 21414-140  
[mail@screenvisions.com](mailto:mail@screenvisions.com)  
[www.screenvisions.com](http://www.screenvisions.com)

 • LED-Videowände  
 • Mobile & modulare Lösungen  
 • Sonderkonstruktionen

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

 • Kameras  
 • Medienserver  
 • technische Planung

# Michael Dapp



Michael Dapp  
(Foto: Dapp Events)

Michael Dapp ist CEO von Dapp Events in Kirchheim bei München.

### Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Weil sie echte Emotionen schafft. Kaum eine Branche bringt Menschen so intensiv zusammen – live, unmittelbar und unvergesslich. Außerdem haben wir immer nur einen Versuch, der sitzen muss – das macht es spannend!

### Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Wahrscheinlich Zirkusdirektor, da gibt es bestimmt viele Parallelen zu unserem Berufsbild.

### Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Irgendwann einen eigenen Musiktrack kreieren – eine Idee dazu habe ich schon im Kopf.

### Was macht Sie glücklich?

Auf Geschaffenes zurückblicken – privat wie beruflich – und zu wissen, dass ich mein Bestes gegeben habe.

### Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die Pandemie. Plötzlich war das, was unser tägliches Tun ausmacht – das Zusammenkommen – unmöglich. Aber wir haben neue Wege gefunden.

### Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Ich bereue keine Entscheidung grundsätzlich – auch wenn nicht jede zum Erfolg geführt hat. Aus Fehlern habe ich oft mehr gelernt als aus den Erfolgen.

### Was machen Sie gegen Stress?

Sport hilft mir enorm – sowie eine gute Zeit mit Familie und Freunden.

### Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Jemanden, der mir beibringt, wie man die Zeit anhält.

### Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Das große 1x1 der Erfolgsstrategie von Friedrich, Malik und Seiwert.

### Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Aktuell höre ich meine selbst zusammengestellte Soul-80er Playlist inklusive Ain't Nobody von Chaka Kahn – kann ich immer hören.

### Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Die Geburten meiner beiden Töchter. Kein Event der Welt kommt an diese emotionalen Momente heran – das hat mein Leben für immer verändert.

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

Ich bin eher der Entdecker-Typ – statt eines festen Lieblingsrestaurants probiere ich gern neue Konzepte aus. München hat kulinarisch so viel zu bieten, dass ich mich ungern festlege.

### Impressum

22. 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, gstolte@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

# POCKETEVENT

\*25

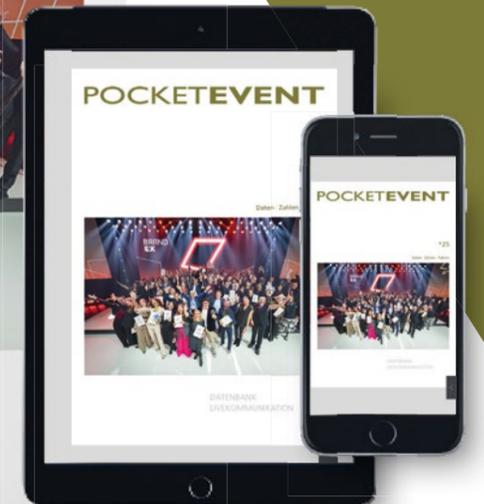
## POCKETEVENT

\*25

Daten / Zahlen / Fakten



DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION



POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2025, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent \*25 gibt es auf [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

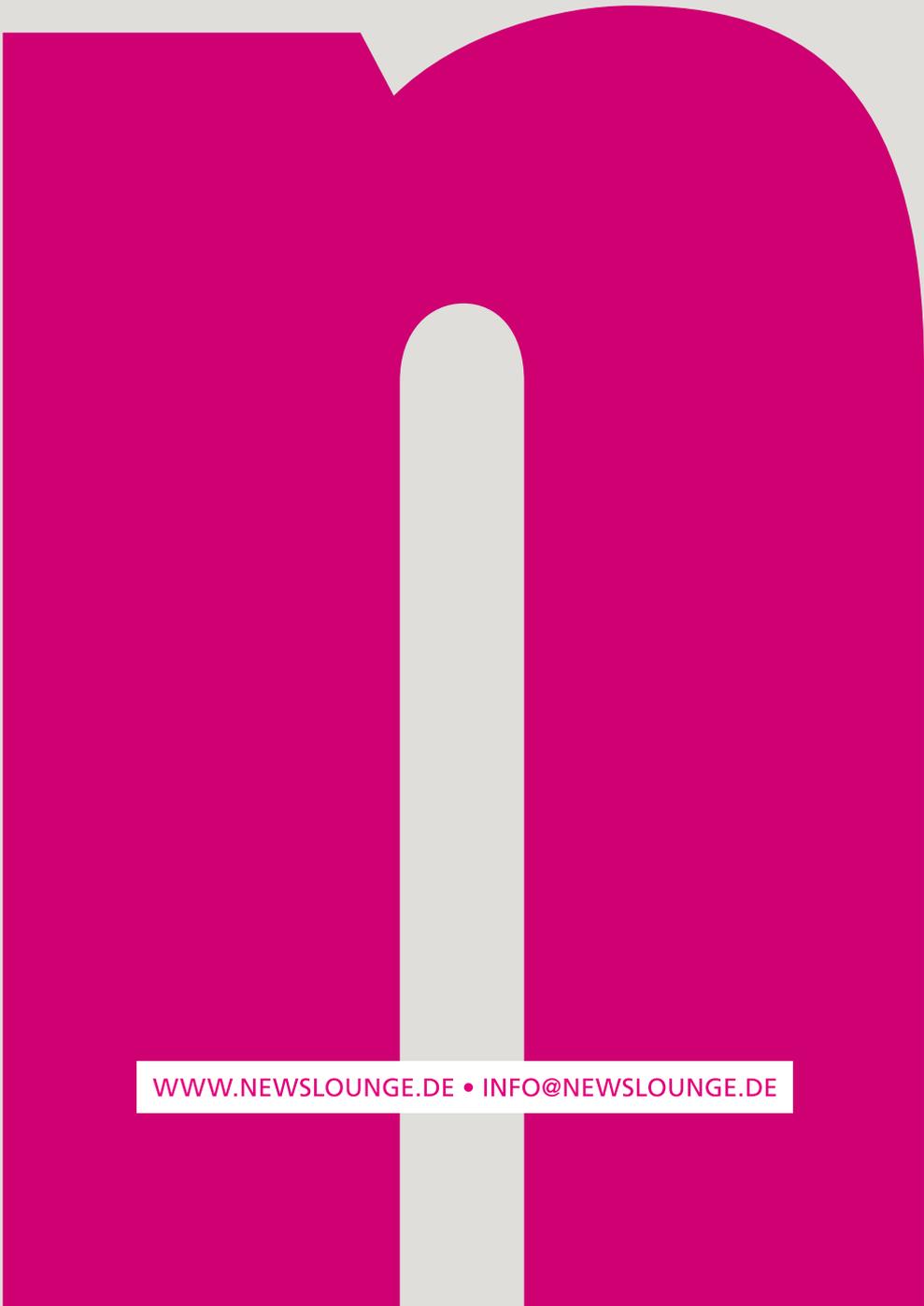


**AktivMedia**  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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



[WWW.NEWSLOUNGE.DE](http://WWW.NEWSLOUNGE.DE) • [INFO@NEWSLOUNGE.DE](mailto:INFO@NEWSLOUNGE.DE)