

VELUX EHF FINAL4

Drei Abende, drei unterschiedliche Veranstaltungskonzepte, eine Location – die Side-Events anlässlich des VELUX EHF FINAL4 im DOCK.ONE überraschten (nicht nur) mit Vielseitigkeit ...

Das VELUX EHF FINAL4 ist der unumstrittene Saisonhöhepunkt im europäischen Klubhandball: An zwei Matchtagen treten die vier besten europäischen Teams gegeneinander an, um sich im sportlichen Wettstreit zu messen und den Meistertitel der VELUX EHF Champions League zu erringen. 2012 wurde die von der European Handball Federation (EHF) verantwortete Veranstaltung am 26. und 27. Mai 2012 in der ausverkauften Kölner LANXESS arena ausgerichtet; den Sieg davontragen konnte der THW Kiel.

WWP

Begleitet wurde das VELUX EHF FINAL4 von drei Side-Events, die im nahe der LANXESS arena gelegenen DOCK.ONE ausgerichtet wurden. Für Konzeption und Umsetzung der drei vollkommen unterschiedlich angelegten Veranstaltungen zeichnete die WWP Weirather-Wenzel & Partner GmbH mit Hauptsitz im österreichischen Dornbirn verantwortlich.

„WWP wurde 1987 von Skirennfahrer Harti Weirather und Skirennläuferin Hanni Wenzel gegründet“ berichtet Da-

vid Gutsch, Account Director und Technical Stage Director bei WWP. „Harti Weirather kam als erster Skisportler auf die Idee, sich das Logo eines Sponsors auf den Helm zu kleben. Er kümmerte sich auch um Sponsoringverträge für seine Sportlerkollegen und um die Aufstellung von Banden entlang der Skipisten. Eine wichtige Station in seiner Marketing-Karriere war die Vermarktung des Hahnenkammrennens in Kitzbühel.“

Mittlerweile ist WWP als unabhängiges Sportmarketingunternehmen mit 25-jähriger Erfahrung bestens etabliert, und ein Team von mehr als 80 Sport- und Kommunikationsexperten kümmert sich an neun europäischen Standorten um internationale Kunden. WWP möchte Marken mit den positiven Emotionen des Sports aufladen und Türen zu Entscheidungsträgern in Sport wie Wirtschaft öffnen. Darüber hinaus berät WWP Unternehmen bei der Entwicklung und Evaluierung von Sponsoringstrategien. Die Kundenstruktur der Agentur ist vielfältig: So lässt sich etwa die VOLKSWAGEN-Gruppe bei der Entwicklung und Ausführung ihrer globalen Sponsoring-

strategie von WWP beraten; im April 2011 wurde eine auf mehrere Jahre angelegte Partnerschaft für strategisches (Analyse, Bewertung, Empfehlung) und operationelles (Aktivierung, Anpassung, Umsetzung und Kontrolle) Sponsorship aufgenommen.

Auch in der Königsklasse des Motorsports gibt WWP Gas: Als offizieller Marketing-Partner des italienischen Nachwuchsteams Scuderia Toro Rosso sowie als Vermarktungspartner bei Red Bull Racing kann WWP die eigene Position als Full Service-Agentur im Motorsport weiter festigen.

Bereits seit 14 Jahren arbeiten WWP und VELTINS zusammen: Für den drittgrößten Bierproduzenten Deutschlands kümmert sich die Agentur erfolgreich um strategische und konzeptionelle Beratung, die Vertragsverhandlung und die daraus resultierenden Aufgaben wie Koordination, Aktivierung und Umsetzung der Partnerrechte. Im vergangenen Jahr konnte WWP jenseits des klassischen Sponsoringbereichs Verantwortung für die Markteinführung des neuen VELTINS-Produktes „Bayao“ übernehmen.

„Beim VELUX EHF FINAL4 sind wir für die EHF Marketing GmbH ein Event-Partner“, erläuterte Martin Poley, Projektleiter WWP, in Köln. „Während des VELUX EHF

wie im KölnSKY statt. Im aktuellen Jahr sind wir nun bei drei Abenden für unterschiedliche Gästegruppen in einer ganz neuen Event-Größenordnung angelangt.“

(EVENT PARTNER berichtete in Ausgabe 5/2011). Im DOCK.ONE ist LIGHTEVENT bevorzugter Partner für sämtliche Belange rund um die Veranstaltungstechnik.

„Beim VELUX EHF FINAL4 sind wir für die EHF Marketing GmbH ein Event-Partner.“

FINAL4 kümmern wir uns um die Abendveranstaltungen, zu der die EHF und die

WWP war in Köln mit insgesamt sieben Personen präsent.



Der XXL-Ball öffnete sich und entließ die Spieler der vier Finalmannschaften mitten in das anwesende Publikum.



Im hinteren Teil der Halle erwartete die Gäste ein exklusives Galadinner an festlich eingedeckten Tischen.

EHF Marketing GmbH bis zu 1.000 VIP-Gäste und Partner einladen. Vor zwei Jahren haben wir in diesem Zusammenhang erstmalig eine Gala für Sponsoren und VIP-Gäste verantwortet. 2011 wurden die Events aufwändiger und fanden in der Vulkanhalle in Köln-Ehrenfeld so-

LIGHTEVENT

Mit der technischen Umsetzung der drei Side-Events zum VELUX EHF FINAL4 war die LIGHTEVENT Veranstaltungstechnik GmbH betraut. Das Unternehmen mit Sitz in Köln-Mülheim feierte im vergangenen Jahr zehnjähriges Jubiläum

Anlässlich der EHF Marketing GmbH Veranstaltungen illuminierte LIGHTEVENT die Hallenfassade mit LED-Flutern, welche ihre Wirkung nach Einbruch der Dunkelheit vollständig entfalten konnten. Am ersten Abend wurden die Gäste vom Haupteingang kommend über einen roten Teppich geführt, der an der Garderobe endete. Der Weg wurde durch eine mit Molton verkleidete Traversenkonstruktion von der übrigen Halle separiert; für ein optisch reizvolles Erscheinungsbild sorgte ein riesiger Digiprint (21 x 2,5 Meter), der Spielszenen aus dem Handballsport visualisierte und mit LED-Spots akzentuiert ausgeleuchtet wurde. Hallenübergreifend war bei der Beleuchtung eine Dominanz der Farben Rot und Blau auszumachen, was der CI des Auftraggebers geschuldet war.

Im Eingangsbereich wurden die Gäste nicht nur von freundlichen Hostessen, sondern auch von zwei SHARP 46"-Screens an formschönen Halterungen begrüßt; größere Screens mit Diagonalen von 60 Zoll waren im Inneren der Halle zu entdecken. Gezeigt wurden Logos, Begrüßungsformeln und Spielszenen. Der in Full HD-Auflösung produzierte Videocontent wurde von der EHF Marketing GmbH geliefert, und die in der Halle positionierten Kameras arbeiteten ebenfalls mit 1.920 x 1.080 Pixel, was sogar für ein drahtlos angebundenes Schultergerät galt.

Anspruchsvoll in puncto Projektion zeigte sich am ersten Abend eine mit Stoff bespannte Halbkugel, die unmittelbar Assoziationen an einen (Hand-)Ball hervorrief. Zur Bespielung wurde ein leistungsstarker Beamer aus den Beständen von Gährens + Battermann herangezogen; für die passgenaue Bespielung sorgte ein komplexes, mit Pandoras Box realisiertes Video-Morphing. Mit der Programmierung war die Elements Entertainment GmbH aus Bielefeld betraut. Charme entfaltete am hinteren Ende der Halle auch eine Dreifachprojektion, welche die reinweiß gestrichenen Backsteinwände des DOCK.ONE als Projektionsflächen nutzte: Die bunt ausgeleuchtete Hintergrundstruktur zeitigte einen stimmungsvollen Effekt, der mit konventionellen Leinwänden in dieser Form nicht



Zwischen Hauptgang und Dessert lieferten Power! Percussion eine gewohnt energetische Show.

zu erzielen gewesen wäre – da keine PowerPoint-Folien bzw. „harten Fakten“ gezeigt werden mussten, gab es keine Einschränkungen hinsichtlich der Lesbarkeit von Texten. Zwei kleinere Beamer wurden um ein schwergewichtiges Mo-

Ground-Support befestigt, um die Tragfähigkeit des Hallendachs nicht übermäßig zu strapazieren. Für konzentriertes Licht auf der Bühne sorgten zwei Verfolgerscheinwerfer; entscheidend zur Atmosphäre trugen über

von IGNITION zur Kenntnis und entdeckten drahtlos im W-DMX-Modus angesteuerte JB-lighting VaryLED A7 Zoom, wobei Letztere am ersten Abend als von Fadenvorhängen umrundete Lichtquellen brillierten – eine vergleichsweise kostengünstige Lösung für einen gelungenen Gala-Effekt! Konventionelles Licht kam an der Bühne lediglich in Form von sechs 2-kW-Stufenlinsen sowie sechs Profilern zum Einsatz; in die atmosphärische Beleuchtung waren sechs MAC 250 Entour integriert.

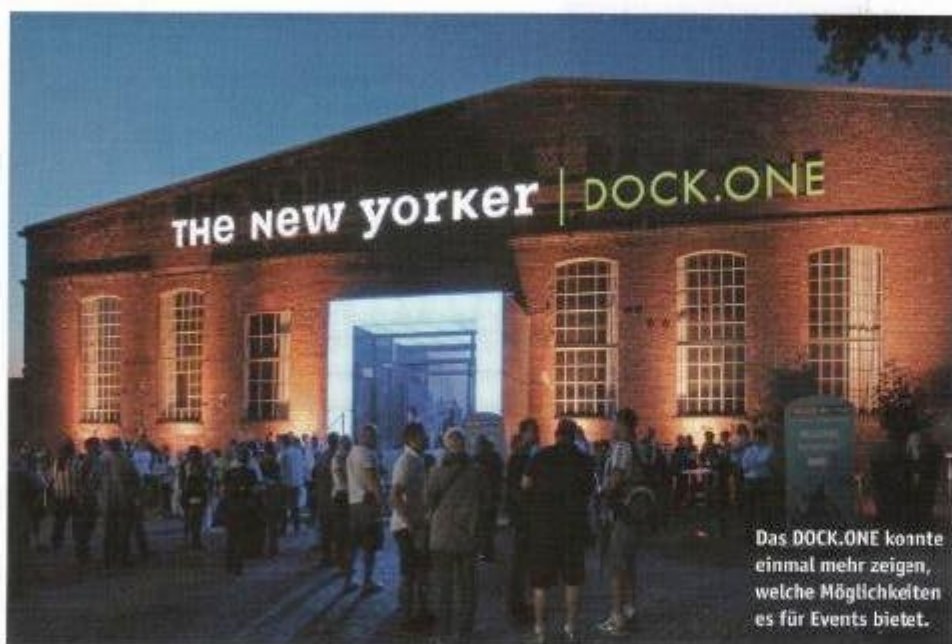
Bezüglich der Beschallung setzte LIGHT-EVENT auf Line-Arrays aus dem Portfolio von dBb audiotechnik, die am letzten Veranstaltungstag während des Auftritts der Formation Europe um eine üppig dimensionierte Monitoranlage erweitert wurden. Als Tonmischpulte kamen Vi-Digitalkonsolen aus dem Portfolio von Soundcraft zum Zuge, die nicht zuletzt mit ihren zahlreichen Ausspielwegen punkten konnten und in der Branche für ihren guten Klang sowie eine besonders übersichtliche Bedienung bekannt sind. Bei einer mehrtägigen Veranstaltungsreihe mit unterschiedlich gestaltetem Programm besitzen Digitalpulte zudem

„Das VELUX EHF Final4 hat sich in den letzten drei Jahren zum Benchmark-Event im europäischen Indoor-Sport entwickelt.“

dell mit einer Lichtleistung von 30.000 ANSI-Lumen ergänzt, das die zentrale Fläche oberhalb des Podiums bespielte. Die Projektoren waren ebenso wie das Show-Licht an einem eigens errichteten

die gesamte Location verteilte LED-Leuchten bei. Technisch vorbelastete Betrachter zählten unter anderem 36 GLP Impression Spot One, nahmen akkubetriebene Floor-PARs aus dem Portfolio

ganz generell den Vorteil, dass sich Einstellungen speichern und auf Knopfdruck abrufen lassen. Um eine gute Sprachverständlichkeit sicherzustellen und den Eigenheiten der diversen Veranstaltungsteile gerecht zu werden, hatten die Techniker von LIGHTEVENT jenseits der Hauptbeschallung mehrere individuell adressierbare Delay-Zonen eingerichtet, zu denen unter anderem die Empore am hinteren Ende der Halle gehörte.



Das DOCK.ONE konnte einmal mehr zeigen, welche Möglichkeiten es für Events bietet.

Broich Premium Catering

Um die Speisen kümmerte sich an allen drei Abenden die Broich Premium Catering GmbH. Als Projektleiterin des dreißigköpfigen Broich-Teams wurde Sarah Krings tätig.

Besonders aufwändig gestaltete sich die Bewirtung am ersten Abend: Während des Get-together wurden die VIP-Gäste mit Fingerfood umsorgt, was gleichermaßen für die 80 anwesenden Handballprofis der vier Finalistenvereine galt – insgesamt waren 300 Personen zu verköstigen. Viel Lcb erfuhr das von Broich-Servicekräften gekonnt servierte Galadinner: Als Starter wurden eine Räu-

EHF Marketing GmbH

Die EHF Marketing GmbH ist Marketing-Abteilung und Tochterfirma der European Handball Federation. Das Unternehmen arbeitet eng mit Marketing- und Medienpartnern sowie mit Europas führenden Handballclubs zusammen, um das volle Potenzial des internationalen Sportmarkts auszuschöpfen. Die EHF Marketing GmbH ist für die Marketing- und Medienrechte für die VELUX EHF Champions League und die WOMEN'S EHF Champions League verantwortlich.

cherlachs-Frischkäseterrine mit Honig-Dill-Senfsoße sowie Sprossensalat mit Rucola und Schnittlauch-Vinaigrette gereicht; als Zwischengang mundete ein Limonensorbet mit kandierter Limette. Kalbsbäckchen in Rotwein-Rosmarinsoße, „Himmel und Ääd“ als für Köln typische Spezialität sowie ein Gemüse-Navarin bildeten den Hauptgang. Das im Glas servierte Dessert (Vanille-Topfenmousse mit Rhabarberkompott) legte – vermutlich nicht ganz ungewollt – Assoziationen zum EHF-Headquarter in der österreichischen Hauptstadt nahe.

LIGHTEVENT-Team (Auszug)

- **Projekt-/Produktionsleiter:** Sven Pülmanns
- **Technische Planung Video:** Sascha Korn
- **Pult-Operator:** Tobias Reinartz
- **Ton FOH:** Leonhard „Hardy“ Konstanczak
- **Ton Monitor:** Jochen Pelser
- **Head Rigger:** Steve Birkenfeld

WWP-Team (Auszug)

- **Technische Leitung:** David Gutschl
- **Projektleitung:** Martin Poley
- **Leitung Events Et Hospitality:** Silke Nemela

Deutlich rustikaler präsentierte sich das Speisenkonzept am zweiten Veranstaltungsabend: Currywurst mit Brötchen sowie ofenfrische Butterbrezeln stießen bei den Gästen ebenso auf Gegenliebe wie unterschiedlich gefüllte Wraps für gesundheitsbewusste Genießer. Auf der zur VIP-Area umgestalteten Empore des DOCK.ONE wurden die Speisen von mit Bauchläden ausgestattetem Servicepersonal bzw. auf Tablett gereicht. In der Halle waren dagegen zwei langgestreckte Speisestationen eingerichtet worden, an denen sich die Gäste bedienen konnten – das eigentliche Speisenangebot fiel in beiden Bereichen identisch aus.

Am dritten Abend ging es weiterhin „um die Wurst“, und das Speisenangebot glich dem Vortag. Da die so genannte „Players' Night“ im Gegensatz zu den vorangegangenen Tagen als öffentlich zugängliche Veranstaltung deklariert war, wurde ein Barverkauf eingerichtet – das Konzept für den speziellen Abend (siehe unten) darf sicher auch als Test für kommende Jahre betrachtet werden.

Opening Gala

Der erste Veranstaltungsabend am 25. Mai war rund 220 VIP-Gästen vorbehalten, darunter Sponsoren sowie die Führungsebene der EHF und EHF Marketing GmbH. Als Transport zur Location nahmen die Gäste vielfach den Audi VIP-Limousinenservice von Movemanagement in Anspruch, aber auch Shuttle-Busse waren im Einsatz.

Im Inneren des DOCK.ONE fiel auf, dass die komplette Fensterfassade mit schwarzem Molton abgehängt war, so dass Projektionen und Licht ihre Wirkung sehr gut entfalten konnten; die großflächige Verkleidung mit schwerem Stoff schien auch der Akustik zuträglich zu sein. Das Branding war vor und in der Halle omnipräsent, ohne dabei aufdringlich zu wirken.

Die Opening Gala gliederte sich in zwei Teile, die auch räumlich voneinander separiert waren; ein raumhoher Vorhang (mit vorgesetzter,

SIE HABEN EIN



Juhu...BILÄUM?

PLANUNG UND
DURCHFÜHRUNG:
• BELEUCHTUNG
• BESCHALLUNG
• BÜHNENBAU
• PRÄSENTATIONS-
TECHNIK

PICCOLOMINISTR. 6
51063 KÖLN
TEL: +49(0)221.964766- 0
FAX: +49(0)221.964766-18
www.light-event.de
info@light-event.de

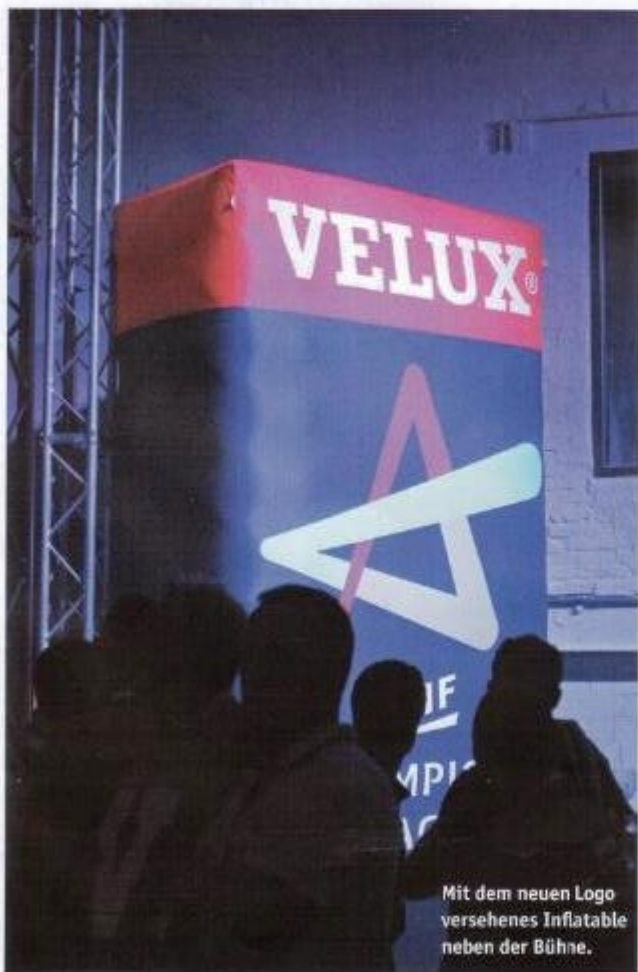


Die Handballspieler wurden bei ihrem Eintreffen von Fans umlagert.

per Softedge-Projektion im Breitformat bespielter Leinwand) teilte die Halle in zwei Areale. Nach dem Gang über den roten Teppich fanden sich die Gäste beim Get-together ein, zu dessen Gestaltung u. a. vier „Living Dolls“ gehörten, die er-

wartungsgemäß in den Trikots der vier Finalteams mit Handbällen agierten. Ein Karikaturist zeichnete mit flinker Feder Portraits, professionelle Fotos der Gäste wurden vor einer Sponsorenwand geschossen.

Gegen 20:30 Uhr begrüßte Moderatorin Ulla Essendrop auf einem kompakten, dem großen Vorhang vorgelagerten Podium die internationalen Gäste. Allgemeiner Aufmerksamkeit erfreute sich im Anschluss die von Creative Director Hans Mücke entworfene „VELUX EHF FINAL4 rocks“-Show, deren optisches Highlight die mediale Bespielung der an einen Handball erinnernden Halbkugel war, die nach einem sattem Herzschatz-Intro und allerlei multimedialen Spektakel nebst einer Performance von LICHTFAKTOR letztlich den neuen Ball der VELUX EHF Champions League („adidas stabil CHAMP CL“) darstellte. Im Anschluss öffnete sich der XXL-Ball und entließ – in Bühnennebel und dramatisch wirkendes Gegenlicht gehüllt – die Spieler der vier Finalmannschaften mitten in das anwesende Publikum. Gespräche mit der Moderatorin sowie eine Präsentation der Siegetrophäe rundeten die Inszenierung ab.



Mit dem neuen Logo versehenes Inflatable neben der Bühne.

Die „Living Dolls“ öffneten etwa eine Viertelstunde später den großen Vorhang und gaben den Zugang zum hinteren Teil der Halle frei. Hier erwartete die Gäste ein exklusives Galadinner an festlich eingedeckten Tischen. Für musikalische Untermauerung sorgte ein Piano/Cajón-Duo (Maria Blatz & Tom Keller) mit allseits bekannten Cover-Songs. Im Verlauf des Abends wurden die Sieger des VELUX EHF FINAL4 Charity-Golfturniers geehrt, dessen Erlös der Deutschen Krebshilfe zugute kam, wofür sich Präsident Dr. h. c. Fritz Pleitgen auf der Bühne bedankte. Zwischen Hauptgang und Dessert lieferten Power! Percussion eine gewohnt energetische Show – thematisch passend war in den Showblock eine Einlage mit Handbällen integriert

VIP Party

Rund 600 von Namenssponsor VELUX geladene Gäste sowie weitere 200 Gäste anderer Sponsoren konnten am zweiten Veranstaltungsabend im DOCK.ONE begrüßt werden. Von der Gala-Szenerie des Vortags war in der Halle mit Ausnahme der Hauptbühne kaum noch etwas zu erkennen.

Für VIP-Gäste der EHF war ein eigener Zugang eingerichtet worden, worauf von Hostessen und per Beschilderung hingewiesen wurde. Die Empore des DOCK.ONE war als „EHF Lounge“ ausgewählten Gästen vorbehalten, die sich gegenüber dem Security-Personal durch spezielle Armbänder zu erkennen gaben – eine eigene Bar sowie weißes Lounge-Möbiliar unterstrichen den exklusiven Anspruch. Ebenerdig dominierten kompakte Bar-tische sowie High-Tables im hinteren Hallenbereich. Auf den über die Location verteilten SHARP-Screens waren Auszüge aus dem kurz zuvor beendeten Halbfinalspiel zu sehen.

Ein Höhepunkt des Abends war die Präsentation des neuen Logos für die VELUX EHF Champions League. Eingebunden in den Reveal waren die Lichtkünstler von LICHTFAKTOR; die Tücher fielen von zwei hohen, mit dem neuen Logo versehenen Inflatables links und rechts der Bühne. Von der Brüstung der Empore wurde parallel dazu ein großformatiger Digiprint ausgerollt.

Für Stimmung sorgte im Anschluss die Coverband „Me and the Heat“, die illustre musikalische Gäste auf die Bühne brachte; die Pausen füllte ein bereits vom Vorabend bekannter DJ (Jan-Boris Schäfer alias DJ Fosco). Die VELUX-Gäste hatten den Veranstaltungsort allesamt mit Shuttle-Bussen erreicht, deren letzte Abfahrt für 1:30 Uhr angesetzt war, so dass

die Party ohne unterstützende Maßnahmen zur vorgesehenen Zeit ihren Ausklang fand.

Players' Night

„Sold out“ prangte am dritten Veranstaltungsabend in großen Lettern auf den Eingangstüren des DOCK.ONE; offiziell wurde von 900 Gästen gesprochen. Im Gegensatz zu den Vorabenden handelte es sich um eine öffentliche Veranstaltung: Eintrittskarten waren für 30 Euro im Vorverkauf ausschließlich für FINAL4-Ticketbesitzer erhältlich; inkludiert waren ein Gratisgetränk sowie ein Shuttle von der LANXESS arena zum DOCK.ONE. Über Gutscheine für Eintritt und Catering freuten sich EHF-Mitarbeiter und Helfer. Die Empore („EHF Players Lounge“) war am dritten Abend den Handballspielern vorbehalten, die bei ihrem Eintreffen von Fans umlagert wurden und an den eigens für den Abend aufgestellten Barriers fleißig Autogramme schrieben.

Ab 23 Uhr gehörte die Bühne der schwedischen Formation Europe, die ihre Show mit dem Mega-Hit „The final Countdown“ eröffnete und allen Erwartungen an ihr musikalisches Genre vollauf gerecht wurde. Die Band, die erst kürzlich ein neues Album namens „Bag of Bones“ veröffentlicht hat, besitzt dem Vernehmen nach übrigens einen direkten Bezug zum Sport: Bassist John Levén war vor seiner Musikerkarriere Handball-Tormann.

Drei Events, eine Location

Das dreitägige Veranstaltungskonzept war für das DOCK.ONE ein Novum und zeigte eindrucksvoll die Möglichkeiten der Location auf. „Es macht wirklich Spaß, hier zu arbeiten!“, brachte Klaus Schmitt, Geschäftsführer der LIGHT-EVENT GmbH, die offensichtlich sehr gute Stimmung bei den Event-Beteiligten auf den Punkt – auch im Publikum blickte man an allen drei Abenden durchweg in mehr als zufriedene Gesichter. Philipp Radel, COO der WWP GmbH, kommentierte: „Das VELUX EHF Final4 hat sich in den letzten drei Jahren zum Benchmark-Event im europäischen Indoor-Sport entwickelt. Wir sind stolz darauf, von Anfang an dabei gewesen zu sein!“

Das nächste Finale der „VELUX EHF Champions League“-Saison wird Anfang Juni 2013 erneut in Köln stattfinden.

Text & Fotos: Jörg Küster

SIE HABEN DIE



CANDLE LEID?

PLANUNG UND
DURCHFÜHRUNG:
• BELEUCHTUNG
• BESCHALLUNG
• BÜHNENBAU
• PRÄSENTATIONS
-TECHNIK

AM SPRINGBORN 1
5 1 0 6 3 K Ö L N
TEL: +49(0)221.964766- 0
FAX: +49(0)221.964766-18
www.light-event.de
info@light-event.de

 **LIGHT**EVENT
VERANSTALTUNGSTECHNIK GMBH