



Lambertz Monday Night: „Glamour pur“ in Köln

Der Aachener Süßwarenhersteller Lambertz betreibt so gut wie keine klassische Verbraucherwerbung und setzt die Marke stattdessen seit Jahren erfolgreich unter anderem mit glamourösen Events in Szene – ein Ansatz, der sich für das traditionsreiche Unternehmen 2013 erneut als äußerst wirkungsvoll herausstellte.

Anlässlich der Internationalen Süßwarenmesse (ISM) veranstaltet das Aachener Unternehmen Lambertz traditionell die Lambertz Monday Night – eine Party mit ausgeprägt hohem Glamour-Faktor, deren Höhepunkt die so genannte „Schoko- & Fashion Show“ ist. Am 28. Januar 2013 fand der von viel medialer Aufmerksamkeit begleitete Event zum 16. Mal im Alten Wartesaal in Köln statt. Zelebriert wurde in diesem Jahr das 325-jährige Firmenjubiläum, weshalb die Monday Night ausnahmsweise in „Lambertz Magic Night“ umbenannt worden war. Gastgeber Dr. Hermann Bühlbecker, Alleininhaber der Lambertz-Gruppe, hatte wie immer nationale und internationale Prominenz aus Politik, Wirtschaft, Show-

biz und Sport eingeladen: Der süßen Einladung gefolgt waren die Hollywood-Stars Rosario Dawson, Misha Barton und Bo Derek, FDP-Chef Philipp Rösler und Ex-Außenminister Hans-Dietrich Genscher, Kölns Oberbürgermeister Jürgen Roters, Alfred Biolek, Marie-Luise Marjan, Mario Adorf, Roberto Blanco, HP Baxxter, Anna Maria Kaufmann, Oliver Pocher, Ute Ohoven, Johann Lafer, Ndaba & Kweku Mandela, Birgit Schrowange, Ornella Muti nebst Tochter Naïke Rivelli, Katja Burkhard, Reiner Calmund, Regina Halmich, Marco Reus, Mario Götze, Jean Pütz, Dita von Teese und viele andere mehr. Insgesamt konnten bei der bis zum frühen Morgen dauernden Veranstaltung rund 800 Gäste begrüßt werden.

Printen & mehr

Lambertz ist einer der führenden deutschen Gebäckhersteller für Jahres- und Saisonartikel und insbesondere für Printen und Dominosteine, aber auch für Gebäck, Kuchen und Kekse bekannt. Das Traditionshaus wurde 1688 in Aachen gegründet; Produkte der zum international tätigen Gebäckkonzern gehörenden Marken Lambertz, Kinkartz, Weiss und Haeberlein-Metzger erfreuen sich weltweit großer Beliebtheit. Inhaber Dr. Hermann Bühlbecker ist das bekannte Gesicht des Unternehmens sowie der Marke Lambertz und als Träger des Bundesverdienstkreuzes vielfältig sozial engagiert. Der in der Boulevardpresse gerne zum „Printenkönig“ gekrönte Süß-

warenmagnat leitet die Lambertz-Unternehmensgruppe bereits seit 1978. Das Unternehmen beschäftigt aktuell knapp 3.500 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2011/12 einen Umsatz von ca. 560 Millionen Euro. Die Lambertz-Gruppe verfügt über sieben Produktionsstätten, in denen insgesamt 25 hochmoderne Backstraßen zum Einsatz kommen. Während der Saisonzeit sind die Werke im Dreischichtbetrieb an sechs bis sieben Wochentagen ausgelastet.

XXL-Aufwand im Alten Wartesaal

Der Alte Wartesaal am Kölner Hauptbahnhof ist eine Konzert- wie Party-erprobte Location, und auch der WDR („Mitternachtsspitzen“) ist regelmäßig hier zu Gast. Dennoch sprengten die Anforderungen der Lambertz Monday Night den üblichen Rahmen und ließen die mit der technischen Umsetzung betraute die LIGHTEVENT Veranstaltungstechnik GmbH zu Hochform auflaufen. „Der Wartesaal verfügt über hauseigene Veranstaltungstechnikkomponenten, die allerdings vorrangig für den Discobetrieb ausgelegt sind und für einen Event in der Größe der Lambertz Magic Night nicht ausreichen“, erklärte LIGHTEVENT-Projektleiter Sven Pülmann während letzter Aufbauarbeiten am Morgen des Veranstaltungstages. „Das festinstallierte Hauslicht haben wir zwar als atmosphärische Beleuchtung in unser Konzept mit eingebunden, aber sämtliche anderen Technikkomponenten wurden eigens für den Event eingerichtet.“

An den Aufbautagen wurden für LIGHTEVENT als Generaldienstleister (Planung



von links: Dita von Teese, Hermann Bühlbecker und Rosanna Davison

und Realisierung Bühne/Licht/Ton/Video-wände/Kameratechnik) knapp 30 Fachkräfte und Helfer tätig; die während des Events arbeitende Technik-Crew umfass-

unter anderem auch das sechzigköpfige Security-Team, das am Veranstaltungabend in und vor der Location vielfältige Aufgaben wahrzunehmen hatte.

„Die Lambertz Monday Night hat inzwischen Kultstatus erreicht und zählt zu den Top-10-Events in Deutschland.“

te 20 Personen. Der reibungslosen Kommunikation zwischen den zahlreichen Beteiligten diente ein auf einer leistungsstarken Digitalmatrix basierendes Intercomsystem, das sowohl drahtlose als auch kabelgebundene Übertragungswege unterstützte. Eingebunden war hier

Video/Ton/Licht

Für die Modenschau hatte LIGHTEVENT einen 6 x 2 Meter langen Catwalk aufgebaut, an dessen Ende sich eine 8 x 3 Meter große Bühne befand, die nach hinten von einer maßgeschneiderten Rollleinwand und zwei bündig an der Seite auf-



Passende Musik zur Einstimmung auf den Abend:
Rondo Veneziano

gestellten LED-Wänden (Barco 6 mm) abgeschlossen wurde. Versteckt dahinter befand sich ein weiteres, 6 x 5 Meter großes Podium, auf dem zu vorgerückter Stunde nach dem Hochfahren der Leinwand die Band von Pamela Falcon spielte – der Catwalk wurde unmittelbar nach Ende der Modenschau abgebaut, um eine möglichst große Tanzfläche zur Verfügung zu haben. Hinter der Band befand sich als Backdrop eine weitere, 12 m² LED-Wand mit 40-mm-Pixelpitch, die in Kombination mit den zuvor erwähnten Konterparts für eine attraktive visuelle Tiefe sorgte. Die Leinwand wurde aufgrund der baulichen Gegebenheiten im Alten Wartesaal mit einer Aufprojektion bespielt; zum Einsatz kam ein Panasonic-Beamer mit einer Leistung von 20.000 ANSI-Lumen.

Den Content sowie die Medienserver lieferte die Berliner Firma „Pixway – Creative Visual Event Solutions“; sämtliche Zuspielungen lagen in Full HD-Auflösung

vor. Zusätzlich zur Hauptleinwand kamen im Alten Wartesaal vier weitere Projektionen sowie sechs Plasmabildschirme mit Größen von 50 bis 65 Zoll zum Einsatz, so dass in der verwinkelten, von vielen Säulen gestützten Location alle Gäste das Bühnengeschehen jederzeit im Blick haben konnten. Jenseits vorbereiteter Einspielungen sorgte ein Videoteam für dynamische Live-Bilder, wobei acht Full HD-Kameras zum Einsatz kamen: Zwei Dome-Kameras waren an fixen Positionen montiert, und hinzu gesellten sich drei fest positionierte Kameras sowie drei drahtlos angebundene Handkameras. Die Bildregie war in einem Abstellraum des Alten Wartesaals eingerichtet worden, wo sich erfahrene Spezialisten sowohl um die in der Location zu sehenden Bilder als auch um einen separaten Zusammenschnitt für TV-Sender und Internet-Plattformen kümmerten.

Die Beschallung trug den besonderen Gegebenheiten des Alten Wartesaals Rech-

nung und setzte statt einer großen Front-PA auf zahlreiche, an strategisch sinnvollen Positionen verteilte Lautsprecher, die den Portfolios der deutschen Hersteller Kling & Freitag und d&b audiotechnik entstammten. Unter der Bühne war ein potentes, aus Q-SUB-Modulen zusammengesetztes Bass-Array versteckt, das zu später Stunde bei Auftritten von Acts wie Melody Thornton (vormals Pussycat Dolls) und Fatman Scoop die ihm zugedachte Tiefbass-Aufgabe dank Cardioid-Modus wirkungsvoll verrichtete. Verteilt wurden die Audiosignale über ein Galileo Lautsprechermanagementsystem von Meyer Sound; die Tonmischung wurde mit einer Soundcraft Vi4-Digitalkonsole realisiert. Über das Live-Geschehen hinaus galt es bei Halbplaybacks mehrerer Gäste die passenden Zuspielungen zu verwalten.

Die Lichtsteuerung übernahmen zwei grandMA-Konsolen (1 x Backup), die ebenso wie das Tonpult aus Sicherheits-



„Glamour pur“ im Alten Wartesaal



Der ganz große Auftritt: Luisa Hartema, Gewinnerin von „Germany's next Topmodel 2012“, auf dem Catwalk



Schlussbild der Modenschau; im Vordergrund New-Burlesque-Ikone Dita von Teese.

gründen von einer unterbrechungsfreien Stromversorgung gespeist wurden. Bezüglich der zum Einsatz kommenden Lichtfarben war eine deutliche Dominanz der Lambertz Corporate-Colours Rot und Gold auszumachen, die während der Modenschau durch einige deutlich kältere Lichtstimmungen aufgebrochen wurde. Zeitgemäße LED-Lösungen (GLP impression Spot One, JB-Lighting A7) dominierten im Saal, aber wegen der zahlreichen Kameras kam erwartungsgemäß auch konventionelles Licht (ARRI 650 PLUS) zum Zuge. Für die Traversen an der Bühne waren bewusst schwarz lackierte Varianten gewählt worden, die sich harmonisch in den optischen Gesamteindruck einfügten.

Die Welt von 1688

Passend zum Gründungsjahr von Lambertz setzten die Veranstalter zu Beginn des Abends ganz auf die betreffende Epoche: Stimmig gekleidete Living Dolls und diverse Walkacts ließen die ab 19 Uhr eintreffenden Gäste in eine barocke Welt eintauchen, die mit viel Liebe zum Detail gestaltet worden war. Farbiges Licht, rotierende Gobos und projizierte Lambertz-

spezielles Büfett eingerichtet worden, an dem Naschwerk aus dem aktuellen Lambertz-Portfolio verkostet werden konnte. Freundliches, mitunter üppig barock gekleidetes Servicepersonal las den durchweg gut gelaunten Gästen quasi jeden Wunsch von den Augen ab.

Showtime

Der musikalischen Einstimmung mit Ronco Veneziano folgte ein Kurzauftritt von Deborah Woodson, die mit „One Moment in Time“ stimmungsvoll zum Firmenjubiläum gratulierte. Hautnah waren Performances von Handstandakrobat Oleg Izosimov und Vertical-Dance-Artist Helena Lehmann zu erleben. Die im Publikum agierenden Wunderkerzen-Pyrografen zeichneten derweil eifrig Gäste-Portraits, und die Augen mancher Männer konnten nicht von zwei langbeinigen, perfekt gestylten Models lassen, die kokett mit Lambertz-Päckchen bekleidet und an Armen wie Beinen mit echter Schokolade glasiert waren.

Ab 21 Uhr gehörte die Bühne Hermann Bühlbecker, der die Gäste mit einer kurzen Rede begrüßte und auf die nun anstehende Zeitreise einstimmte: Aus-

„Grundsätzlich wird bei der Monday Night auf eine externe Event-Agentur verzichtet.“

Logos sorgten für ein stimmungsvolles Ambiente; die passende musikalische Untermalung lieferte das Ensemble Rondo Veneziano.

Die prominenten Gäste erreichten den Eingang des Alten Wartesaals über einen roten Teppich, der von Fotografen, Videoteams und zahlreichen Schaulustigen gesäumt wurde. Im Inneren des Saals fand das Blitzlichtgewitter seine Fortsetzung: Hermann Bühlbecker begrüßte viele Gäste persönlich, was insbesondere der in Regimentsstärke angetretenen Regenbogenpresse emotionale Bilder lieferte. Wer weniger Trubel wollte, fand als Gast Zuflucht im abgetrennten Restaurantbereich des Saals, zu dem der Presse kein Zutritt gewährt wurde; Eingeladene konnten hier ihre mit Tischkarten reservierten Plätze einnehmen.

Das Catering setzte auf eine Kombination aus Büfett und Live-Cooking: Paella mit Kaninchen und Meeresfrüchten wurde ebenso vor den Augen der Gäste zubereitet wie Saltimbocca vom Seeteufel, geschmorte Kalbsbäckchen und rosa gebratenes Roastbeef. Vegetarier konnten u. a. Süßkartoffel-Gnocchi in Kardamonbutter genießen. Nahe der Kaffeebar war ein

gangspunkt war erwartungsgemäß die Firmengründung im Jahr 1688, und ein als Bäckermeister Henry Lambertz verkleideter Tenor stimmte gemeinsam mit Opernsängerin Anna Maria Kaufmann vor der Kulisse des von Großbränden gezeichneten Aachen „Running with a Dream“ an. Passend dazu wurden auf den Bildschirmen historische Bilder der Kaiserstadt gezeigt.

Die Erteilung der Bäckereikonzession durch einen Stadtbeamten wurde mithilfe einer überdimensionalen Konzessionsrolle inszeniert; ein Model im Schokokostüm forcierte die offizielle Unterschrift per „süßer Überzeugungshilfe“. Dem Ofen des nun konzessionierten Bäckers entsprangen hernach acht „Printen-Girls“ als Symbol für den Beginn einer 325-jährigen Erfolgsgeschichte.

Die Zeitreise führte durch viele weitere Epochen; Station machte die Inszenierung u. a. bei der Ernennung der Firma Lambertz zum königlichen Hoflieferanten von Preußen, Belgien und den Niederlanden. An die Aufbruchsstimmung nach dem 2. Weltkrieg erinnerte der von Francisca Urío live dargebotene Beatles-Klassiker „Here comes the Sun“,

SIE ERWARTEN



HOHE TIERE ?!?

PLANUNG UND

DURCHFÜHRUNG:

• BELEUCHTUNG

• BESCHALLUNG

• BÜHNENBAU

• PRÄSENTATIONS

- T E C H N I K

Achtung!
Wir ziehen um.
Ab dem 01.05.2008
Piccoloministraße 6

AM SPRINGBORN 1

51063 KÖLN

TEL: +49(0)221.964766- 0

FAX: +49(0)221.964766-18

www.light-event.de

info@light-event.de

LIGHT EVENT
VERANSTALTUNGSTECHNIK GMBH