



SCRAPBOOK

1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 **2007**



Scrapbooking

[skræpbukin]

Scrap =
Schnipsel, Flecken

Book =
das Buch

Im Mittelpunkt stehen Fotos, persönliche Erinnerungen und Erlebnisse. Sie bilden die Grundlage für einmalige Layouts, aus denen ganz individuelle Alben entstehen. Da diese immer wieder gerne angesehen werden bleiben die Fotos, Erinnerungen und Erlebnisse auch für die Zukunft erhalten. Der Phantasie sind bei der Gestaltung fast keine Grenzen gesetzt. Hierzu gibt es eine unendlich große Palette von speziell hergestellten Materialien und Zubehör: Papiere, Cardstocks, Aufkleber, Verzierungen und mehr. Jeder hat die Möglichkeit das zu verwenden, was ihm gefällt. Genau das macht alle Alben ganz persönlich und unverwechselbar. Scrapbooks zeigen nicht einfach nur Bilder, sondern sie erzählen Geschichten.



Warum Deko?

Von der Wichtigkeit des Dekoseins

Manchmal betreten wir Veranstaltungsräume und sind überwältigt. – Was ist es das uns im Ambiente „ankommen“ lässt?

Viele Faktoren spielen bei Veranstaltungen eine wichtige Rolle, doch nur die Dekoration schafft es in sehr kurzer Zeit die Intention des Events auf einer emotionalen Ebene zu verkaufen.

Egal ob bei einer Produktpräsentation, Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltung, marketingbezogen geht es einzig und allein um emotionale Bindung und um einen hohen Output.

Dekoration spielt dabei eine entscheidende Rolle:

- sie schafft das Ambiente und erzeugt ein geschlossenes Gesamtbild, das die Kernaussage der Veranstaltung widerspiegelt

Deko weckt Emotionen und beeinflusst Stimmungen

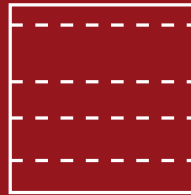
- sie wirkt im Hintergrund, wird subjektiv nicht wahrgenommen
- sie beeinflusst auf subtiler, emotionaler Ebene
- sie bindet sich in den Raum ein und bringt ihn unterstützend zu Geltung oder aber kaschiert den ursprünglichen Charakter völlig.

Da das Ambiente meist im Unbewussten wirkt, ist es schwer steuerbar und fast schon eine Art von „Suggestivwerbung“. Denn die Dekoration kommuniziert die Intention des Veranstalters auf visuelle Art und Weise. Gerade die Verbindung mit Licht und Pyrotechnik erhöht die emotionale Intensität des Gesamten. Das Erste was der Kunde / Gast bei einem Event wahrnimmt, egal mit welcher Erwartung er zu dieser Veranstaltung gekommen ist, wird optischer und akustischer Natur sein.

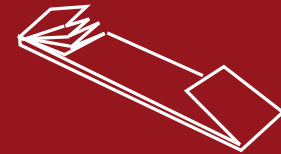
Und für diesen ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

warum nicht mal....

SERVIETTENFALTEN: DIE SPANISCHE WAND



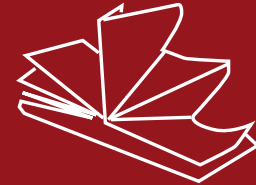
- ① Die Serviette viermal im ZickZackfalz falten



- ② Die Enden ein Viertel zur Mitte klappen



- ③ Die Serviette umdrehen und die beiden Enden wieder zur Mitte falten



- ④ Die Enden auffächern, indem sie zur Mitte hochgezogen werden



Natürlich kann die Serviette für die spanische Wand auch in bis zu acht Falten gelegt werden: Der Fächer wirkt dadurch etwas aufwendiger und noch dekorativer





EN

Event s(~s;~s) [îwent] (am.)

Zeit zwischen dem Ende der einen und dem Beginn der nächsten Tätigkeit.

(Das neue Fremdwörter-Lexikon)

Der oder das Event – eine Veranstaltung oder ein Ereignis: Für die Allgemeinheit, den Kunden, den Händler oder die Mitarbeiter.

Es dient je nach Zielgruppe der Unterhaltung, der emotionalen Bindung, der Motivation oder der Information.

EVENT

Was ist ein Event?

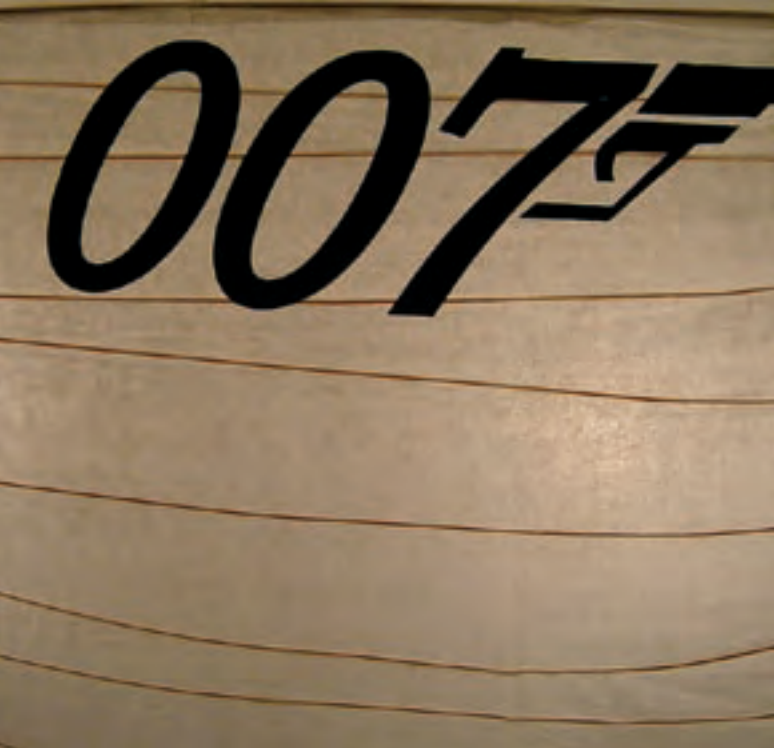
Wir verstehen unter EVENT eine Veranstaltung, die erst durch das perfekte Zusammenspiel der einzelnen Bestandteile entsteht. Uns selbst sehen wir dabei als die visuellen Gestalter von Veranstaltungskonzepten, die nicht nur Kundenwünsche umsetzen, sondern viele Ideen und Anregungen liefern, damit aus dem Event ein emotionales „Feuerwerk“ wird. Da die optische Umsetzung von Corporate Design und Corporate Identity oberste Priorität hat, ist das Outfit des Events sozusagen die Visitenkarte für die Gäste.

Dieses Outfit kann vom Fullservice (Gesamtkonzeption und Visualisierung des Projekts) bis hin zu einzelnen Bausteinen gebucht werden. Die Dekoration und Ausstattung gibt es zu verschiedenen Themen nicht nur zum Kauf, sondern auch auf Leihbasis.

Ein Auszug aus dem „Eventbaukasten“:
Buffetdeko, Bodypainting, Design-Beratung, Incentives (Days of Thunder), Eingang- / Foyerdeko, Feuershows, Garten- und Höhenfeuerwerke, Living dolls, Pyrotechnik, Raum- / Tischdeko...

Da wir nichts dem Zufall überlassen wollen, werden wir in der Zukunft gemeinsam mit unseren Partnern komplette Pakete für unsere Kunden schnüren. Von Location, Künstlerservice, Technik (Light & Sound), Dekoration, Pyrotechnik, Incentives bis hin zu Schneider, Graphik, giveaways und Druck gibt es bei uns alles aus einer Hand.





007

bei WELLA

Eventplanung so läuft's

3,2,1 ... GO

Kennen lernen der verantwortlichen Agentur bei einem kleineren Auftrag in Bad Griesbach – Aufgabe optische Perfektion der Produkteinführung von High Hair – kurzes Briefing, was ist zu welchem Anlass geplant – erstes Konzept (Scribbles + Brainstorming) inkl. Fotos von vergleichbaren Events und Skizzen für neue Details – Treffen vor Ort mit Kunden – Fotos machen – Austausch über geplantes Showprogramm zum Weitergestalten der DEKO – die neuen WELLA- Produkte sollten dem Fachpublikum in einer James Bond Inszenierung dargestellt werden mit Schauspielern, viel Action, Schall und Rauch – zurück im Büro: Entwickeln von weiteren Ideen und dem konkreten Konzept – Retuschen von Originalfotos der Location zum besseren Vorstellen der geplanten Dekoration und

Ausstattung – Telefonate, Emails und Vertragsabschluss – Bauen und Produzieren der gesamten Ausstattung – Besprechung auch mit anderen Gewerken wie Licht & Sound, Künstler, Catering,... – Ausführung vor Ort just in time mit zeitlichem Puffer, overequipped für alle Fälle - Indoor: Black und White Lounge, Deko an hohen Tischen, Buffetdeko – Outdoor: große Welcomefahnen, Buchsbäume, roter Teppich – Betreuung der Veranstaltung vor Ort (obligatorisch und inklusive) – Abbau schnell und sauber noch in der Nacht – feedback: gelungene Veranstaltung, alle waren zufrieden (Folgauftrag – europaweite Präsentation), tolle Fotos wurden ausgetauscht und uns klingt es noch im Ohr: „geschüttelt oder gerührt“?

FINISH





EVENTREZEPT

Zutaten:

- Veranstalter
- Agentur
- Ort
- Datum
- Dauer
- Personenanzahl
- Veranstaltungsart
(Motto / Anlass)
- Budget
- und eine Vielzahl
an Gewerken

Zubereitung:

Man nehme einen Veranstalter, dieser suche sich eine geeignete Agentur, welche die Ziele der Veranstaltung am besten umzusetzen vermag (das Beste ist gerade gut genug). Dazu muss klar definiert sein, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen (im Notfall genauestens die Zusammensetzung analysieren). Nachdem die Art der Veranstaltung und die Besucherziele festgelegt sind, wird der Zeitrahmen bestimmt. Nun gebe man alles in einen Topf und rühre kräftig um – heraus kommt das Budget. Steht dieses fest, so finde man eine geeignete Lokalität, die des Events würdig erscheint.

Es folgen die einzelnen Gewerke – Eine der Hauptzutaten für das gute Gelingen ist ohne Zweifel die Dekoration / Ausstattung. In diesem Gewerk inkludiert sind meist Bestuhlung / Tischord-



GESCHÜTTELT



ODER GERÜHRT?

nung sowie die Tischdekoration. Denn auch das Auge „isst“ bekanntlich mit. Zusätzlich stelle man sich die Frage, ob eine Bühne oder ein Rednerpult benötigt wird und wie es um die Beleuchtung bestellt ist.

Damit ein Event alle Sinne anzusprechen vermag, sollte ebenso großer Wert auf das Kulinarische gelegt werden. Weiters sollte bedacht werden, ob für Einladungs- oder Menukarten gestalterische Unterstützung benötigt wird. Um den Gästen die Zeit bis zum nächsten „Gang“ zu versüßen und das Motto der Veranstaltung zusätzlich zu unterstützen, spielt der Unterhaltungsfaktor eine große Rol-

le. Wie steht es um die Musik (Band, Orchester, Sound), sind weitere Aktionen geplant? Als seien all diese Gewerke nicht anspruchsvoll genug, so stellen sich noch Fragen nach Übernachtung der Gäste, An- und Abreise, Limousinenservice, Hostessen, Sicherheitsdienst und vielem mehr.

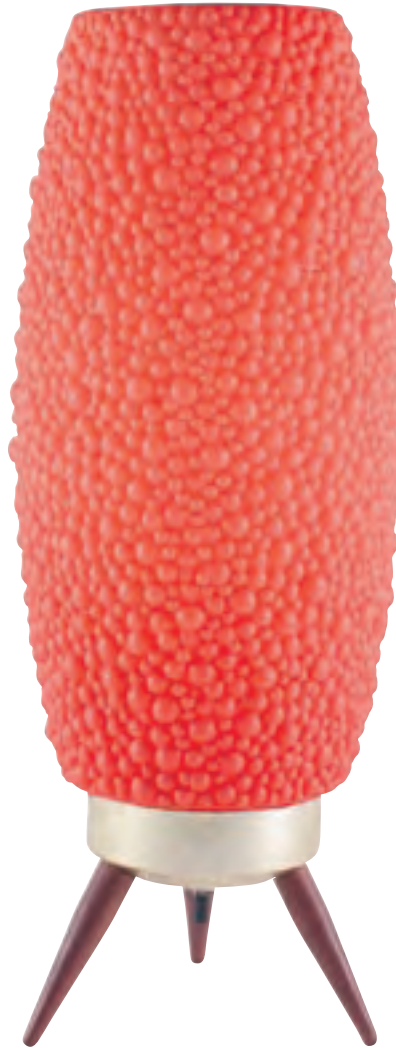
Damit die Veranstaltung zu einem perfekten Event wird, muss auf die genaue Dosis der einzelnen Zutaten sowie deren Zubereitung geachtet werden.

Eines ist jedoch gewiss – zu viele Köche verderben mitunter den Brei!

INTERIOR DESIGN

Interior Design hat sich bei uns aus dem Dekorationsbereich heraus entwickelt. Es spricht vorwiegend Kunden an, die bestehende Räume neu gestalten wollen. Wir erstellen Konzepte und übernehmen Neuausbauten (z.B. Showroom in Innsbruck der Firma Dynastar) sowie Umbauten und Relaunches (Badhaus Bad Griesbach, Schloss Baumgarten, etc.) Ähnlich wie bei unseren Dekorationen sehen wir Interior Design als eine Art Werkzeug um Raum für Emotionen zu schaffen.

Bei allen Projekten ist es uns wichtig, dass die Wünsche und Ziele des Kunden mit Funktionalität und hohem ästhetischen Anspruch umgesetzt werden. Auch wenn Funktionalität einen sehr hohen Stellenwert besitzt, so wird das Design in Zukunft viele künstlerische Formen und Motive aufnehmen und noch emotionaler werden. Denn Räume beeinflussen unser Wohlbefinden und sollten nicht nur eine Summe Ihrer Funktionen sein. Ziel ist es den Räumen ein neues Ambiente zu verleihen, das große Authentizität ausstrahlt.



Je nach Anspruch sollen Räume warm und gemütlich wirken oder aber im modernen kühlen Industrie-Look gehalten sein. Egal für welche Stilrichtung man sich entscheidet, das wichtigste ist der Charakter und die Harmonie des Raumes. Und da alles meist eine Frage der richtigen Präsentation ist, sollte auf kleine Details besonders großes Augenmerk gelegt werden.

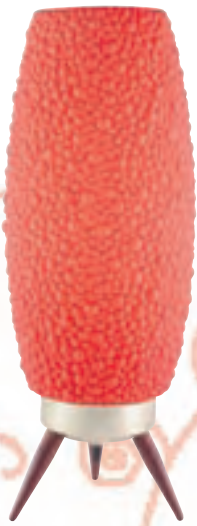
DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT UND BLEIBT!

Unser Ziel ist es Räume zu kreieren, die zum Erlebnis werden.

Nach einem ersten Grundkonzept entwickeln wir das neue Ambiente und setzen die Corporate Identity in die 3. Dimension um.

Konkrete Skizzen mit Schnitten über verschiedene Blickwinkel geben dem Bauherrn eine genaue Vorstellung über das neue Projekt. Abgerundet wird die Planung mit der entsprechenden Auswahl an Accessoires.





INTERIOR DESIGN

SPIELWIESE DER „ELEMENTE“

LICHT

Geeignete Lichtquellen lassen Räume erstrahlen und schaffen Atmosphäre. Akzente und kleine Details können ins rechte Licht gerückt werden. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen allgemeinen, funktionellen, harmonischen und Licht. Allgemeines Licht ist ideal zum Ausleuchten des gesamten Raumes ohne starke Schatten zu werfen.

Funktionelle Lichtquellen wie beispielsweise Spots oder Wandbeleuchtungen setzen sich genau dort in Szene, wo man sie braucht.

Stimmungslichter sind für die Atmosphäre im Raum zuständig, indem sie gewisse Bereiche oder Gegenstände anleuchten oder an sich dekorativ sind.

Kleiner Tipp: Werden Wände und Decken angestrahlt, so wirken die Räume größer.

FARBEN

Farbe ist eine emotionale Angelegenheit. Neben dem Licht beeinflusst sie entscheidend unsere Stimmung und unsere Reaktion auf verschiedene Räume.

BLAU wirkt beruhigend und vermittelt Vertrauen

GRÜN ist ausgleichend und harmonisierend und steht für Sicherheit

WEISS schafft Klarheit, ist Symbol für Reinheit und Klarheit

GELB regt die Gehirntätigkeit an und vermittelt Freude und Heiterkeit

ORANGE wärmt, gibt Energie und steht für Lebensfreude

ROT weckt Emotionen und erregt Aufmerksamkeit

GRAU vermittelt Neutralität und Kühle

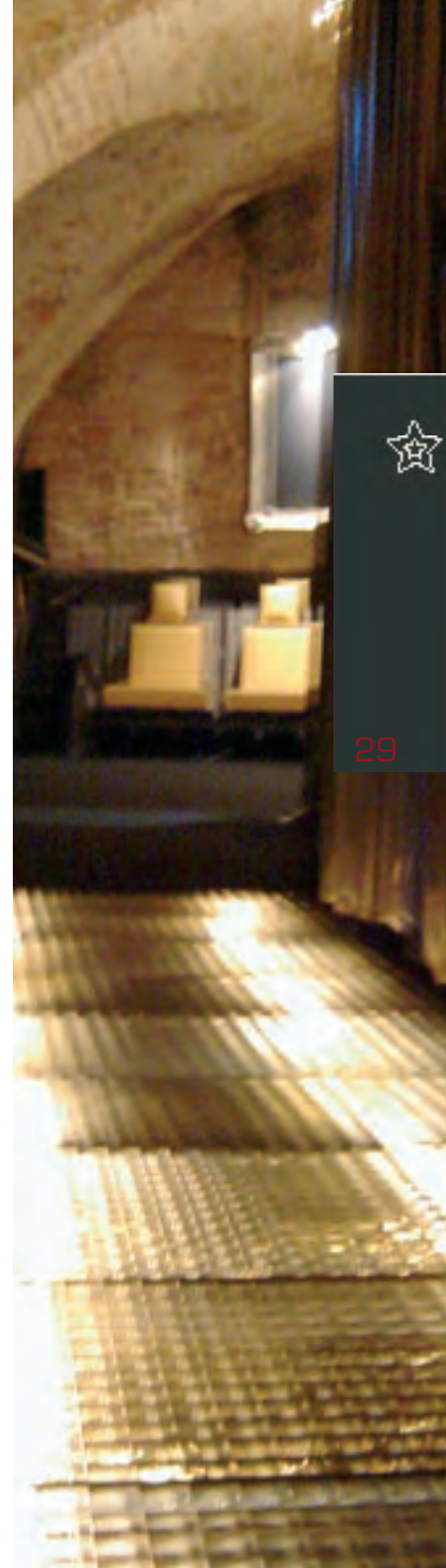
SCHWARZ hat etwas geheimnisvolles aber auch Feierliches

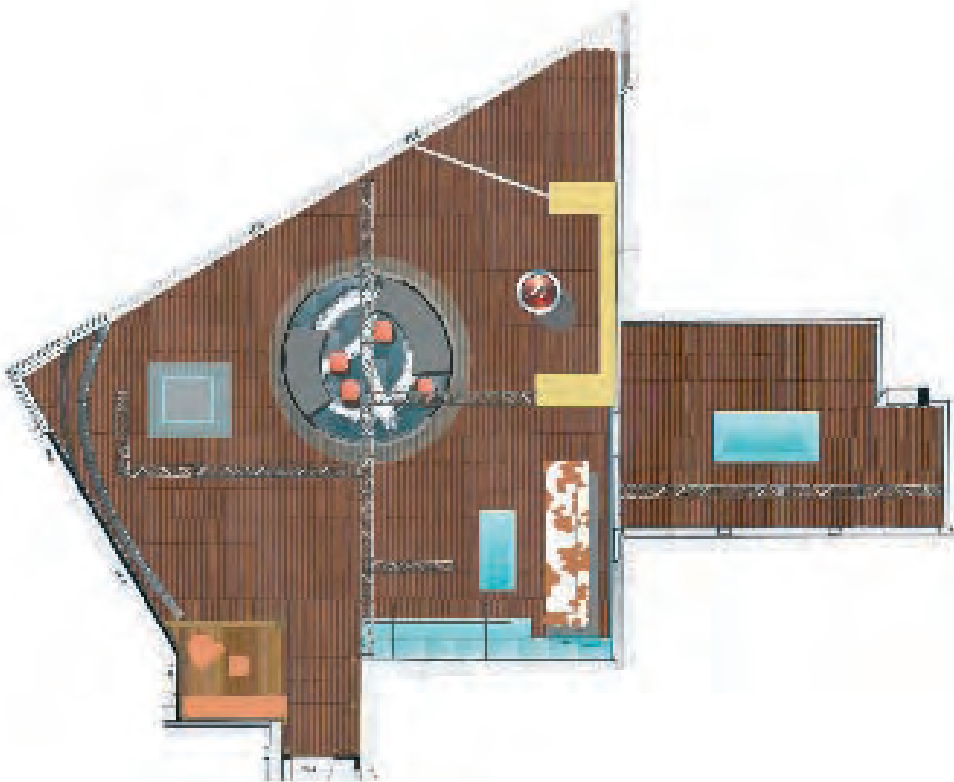
Mit ein wenig Gespür werden Farben zum Werkzeug Ihrer Botschaften.

MATERIALIEN UND TEXTUR

Holz, Glas, Metall, Stein, Wolle, PVC, ... Glänzendes, mattes, raues, glattes, weiches, kuscheliges, hartes, ... Die verwendeten Materialien und deren Oberflächenstrukturen spielen neben Farbe und Licht für den Gesamteindruck eine ebenso große Rolle. Egal ob Industriematerialien oder Naturstoffe – oftmals ziehen sich Gegensätze an und erst die Kombination aus rau und glatt, matt und glänzend schafft das gewisse etwas.

Tipp: Glänzende Oberflächen reflektieren Licht und veredeln Räume.





PIMP MY SHOWROOM

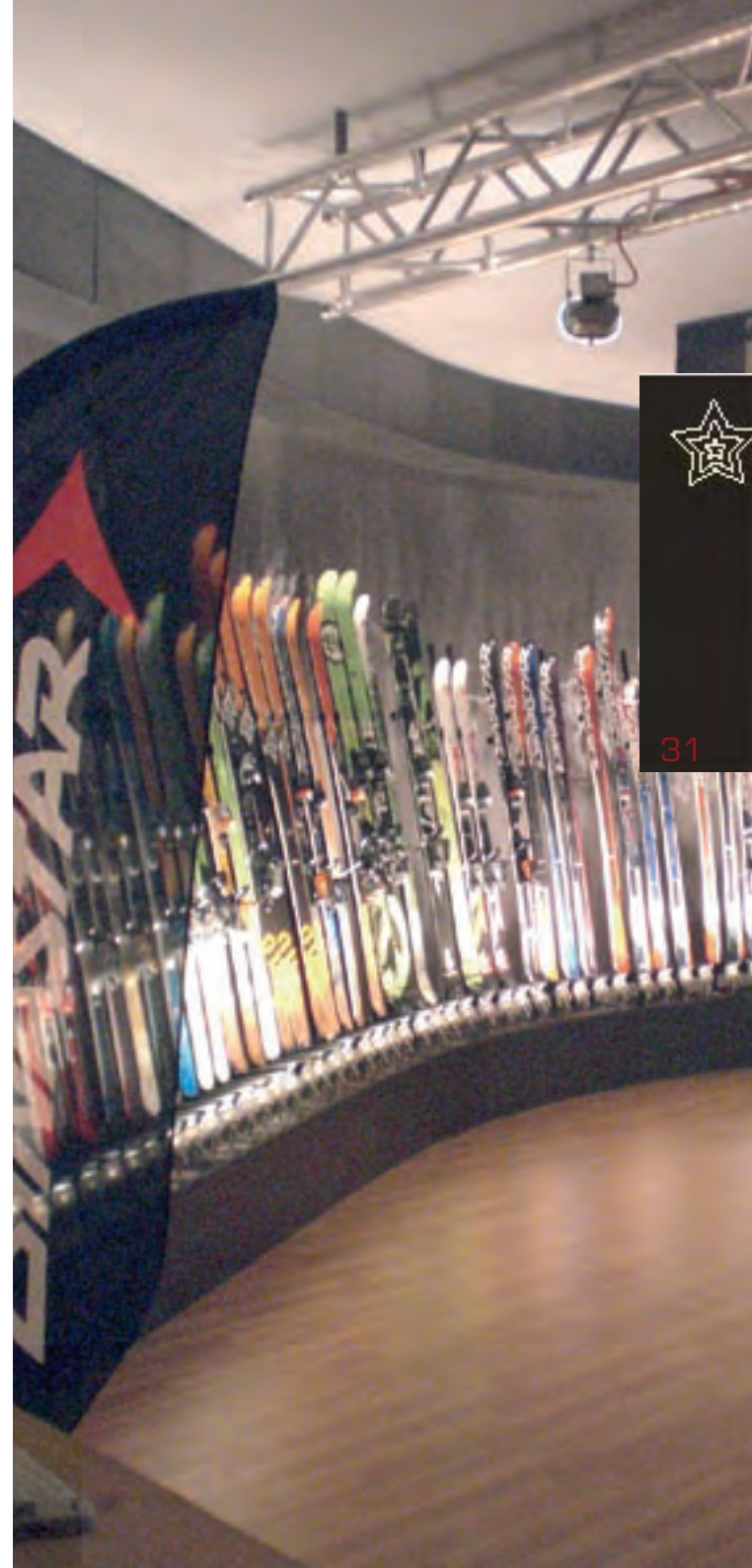
Wie wird aus einem blanken Raum ein Showroom der Extraklasse? Kundenwunsch war: „Es soll so werden, wie der Showroom in Albertville, aber eben doch ganz anders...!“

Was ist aus dieser Vorgabe von Dynastar geworden? Letztendlich lag die Planung und Ausführung ganz bei uns und von der Auswahl des Bodens, bis hin zur Wandfarbe durften wir alles selbst entscheiden. Entstanden ist ein Showroom in einem Mix aus heimeligen Chaletstyle mit offenem Kamin, Schaffell, Holzboden und urigen Balken, sowie großflächigen Prints, die über ganze Wände hinweg die französische Bergwelt nach Innsbruck holen. Ein Highlight ist sicherlich das fast 5 m lange Kuhfellsofa mit der „Bergwelt“ im Hintergrund. Erleuchtet wird der ganze Raum über 55 Einzelspots für die Skimodelle, Leuchtkästen für die Boots und ein Schienensystem mit „Theaterscheinwerfern“ als Allgemeine Lichtquelle.

Fazit: Dynastar war begeistert und die Chefin für Deutschland und Österreich sagte nur noch: „Mir gefällt es hier so gut, ich möchte gar nicht mehr zurück in die Zentrale“.

Ingredienzien der Umsetzung:

Chaletcorner mit Eingangstürverblendung - Skipräsentationswand für 55 Skimodelle inkl. Präsentationssäule - Vorhänge im Schienensystem - Workstation mit Internetanschluss erhöht inkl. 2 Arbeitsplätzen - Boots-Wall, Regale im Leuchtkassensystem für 40 Skischuhmodelle - Textile Area mit Kuhfellsofa, Kleiderstangensystem und fahrbaren Regalen - Roxyraum und Backstage-Büro.





Es kommt nicht auf die Größe an...

Egal ob es sich um ein Gartenfeuerwerk für die Hochzeit oder um ein gigantisches Spektakel wie „Donau in Flammen“ handelt. In allen unseren Projekten von klein bis riesengroß steckt unser gesamtes Herzblut. Wir verstehen unsere Arbeit als eine Art Kommunikation, bei der mit Hilfe von Licht und Feuer Emotionen geweckt werden – dabei spielt die Größe keine wesentliche Rolle, im Gegensatz zu so manch anderen Dingen im Leben.



Der bisher größte aller Feuerwerkskörper wurde am 15. Juli 1988 in Japan in Hokkaido entzündet. Die Kugelbombe hatte einen Durchmesser von 1,39 m, ein Gewicht von 700 kg und einen Explosionsdurchmesser von 1200 m!

Garten Eden

Kostet die Menschheit nur ein einziges Mal vom Baum der Erkenntnis, so ist sie dem GARTEN EDEN für alle Zeit verfallen. Ähnlich wie Adam und Eva ging es auch Alex und Manu. In ihrem Fall war es allerdings nicht die Schlange, welche die beiden verführte, sondern das Spiel rund um Licht und Feuer.

Mit der Macht über diese beiden Elemente zaubern sie den Glanz nicht nur in Kinderaugen, sondern entführen die Zuschauer für Augenblicke in eine andere Welt. Vom Tischfeuerwerk, Gartenfeuerwerk, Feuer-Showeinlagen, stimmungsvollen Lichteffekten bis hin zu gigantischen Höhenfeuerwerken setzen sie bei jeder Feier oder Veranstaltung ihr Publikum mit einer persönlichen hochexplosiven Mischung „in Brand“.

Exkursion in die Vergangenheit:



Seit mehr als 600 Jahren begeistern Feuerwerke die Menschheit. Begonnen hat alles mit der Erfindung des Schwarzpulvers vor ca. 1000 Jahren in China. Auch wenn das Schwarzpulver in seinen Anfängen nur zu kriegerischen Zwecken verwendet wurde, so mussten die Feuerwerker eines Heeres zusätzlich die Kunst des „Freudenfeuerwerkes“ erlernen. Im Barock entdeckte schließlich der Adel die Faszination von Licht und Feuer – diese Epoche wird auch als Blütezeit des Feuerwerks bezeichnet. Zu allen Arten von Ereignissen von der Geburt eines Thronfolgers bis hin zu erfolgreichen Schlachten wurden ganze Theaterstücke mit Feuerwerkskörpern aufgeführt. Geld spielte dabei keine Rolle und ein prunkvolles Feuerwerk zeugte von Reichtum und Macht des Adels. Das gigantischste Feuerwerk während dieser Zeit ist wohl 1770 im Park von Versailles von Ludwig dem XV. in Auftrag gegeben worden. Zu Ehren Marie Antoinettes wurden 20.000 Raketen, 6.000 Feuertöpfe und Vulkane sowie 80, bis zu 30 m große, Sonnen entzündet. Ende des 18. Jh. war das große Spektakel allerdings vorbei, denn dem Adel ging das Geld aus.

Ähnlich wie Gott die Bäume und Gewächse im GARTEN EDEN schuf, so tragen viele pyrotechnische Effekt Bezeichnungen, die nach Blumen und Pflanzen benannt sind.

Chrysanthemen
Chrysanthemen gibt es als Sternform mit Funkenschweif, oder aber als Bombe in Blütenform mit Blütenblättern und -stempel.

Trauerweiden
Trauerweiden verdanken ihren Namen den lang brennenden goldenen Schweifsternen welche langsam in einer Art Regen zu Boden fallen.

Dahlien
Dahlien sind Kugelbomben mit besonders brillanten, hellen Leuchtsternen.

Palmen
Palmen bestehen gewöhnlich aus wenigen langen Kometensternen die schnell verbrennen. Bei sehr breiten Blättern (großen Kometen) spricht man auch von Kokospalmen – sind noch kleine Bomben im Spiel sind dies die Kokosnüsse.



Und wer selbst einmal den verbotenen GARTEN EDEN betreten möchte, der kann beim „Days of thunder“ backstage hautnah den Umgang mit Sprengstoff und Kugelbomben erleben. Zwei Tage rund um das Thema „Feuer“ - Theorie, Filmeffekte und gigantisches Höhenfeuerwerk inklusive.

