


Hätten Sie auch expandiert, wenn Sie diesen «Schritt zurück» im Oktober nicht gemacht hätten?

Es wäre sicherlich nicht alles genau gleich abgelaufen. Mit Expansionsschritten geht man immer ein gewisses Risiko ein. Habegger ist seit letztem Herbst sicherlich mutiger geworden. Die deutschen Kollegen haben immer sehr kurzfristig gedacht. Diesem Druck wollten wir uns entziehen. Wir haben andere Perspektiven, schauen in die Zukunft, haben Pläne für die nächsten 20 Jahre und mussten uns deshalb etwas befreien.

Was hat sich für Sie persönlich verändert?

Für mich war es sehr anstrengend. Ich habe sehr viel Zeit, sicherlich 30 Prozent, mit meinen Investoren verbracht. Nun kann ich mich auf die eigentlichen Dinge konzentrieren, und deshalb ist Habegger auch so zügig vorwärtsgekommen. Insofern war dieser «Schritt zurück» eine Befreiung. Die deutschen Partner wollten Habegger schon im zweiten Jahr weiterverkaufen. Das passte uns nicht, und wir zogen deshalb einen Schlussstrich. Wir sind in der besten Zeit des Lebens, haben nun 20 Jahre Erfahrung und haben weitere 20 Jahre vor uns. Das Management und die gesamte Firma ist im Goldenen Zeitalter – ein guter Moment, um Gas zu geben. 

Habegger-Engagement für die Leichtathletik-WM

Im August findet in Zürich die Leichtathletik Europameisterschaft statt. Habegger wird für verschiedene Projekte im Umfeld der EM zuständig sein, heisst es in Ihrer Mitteilung. Für welche konkret?

Wir sind grundsätzlich Generalunternehmer für alles, was Technik und Event-Präsentation betrifft. Ein sehr breites Feld also. Das hat es in diesem Umfang auch in der Geschichte des Marktes noch nie gegeben. Unter Event-Präsentation verstehen wir das ganze Speaker-Wesen, die Eröffnungsfeier, Schlussfeier, Medaillen-Zeremonien, Maskottchen-Einsatz bis zum Inhouse-TV, also das Entertainment, welches im Stadion läuft. Bei der Eröffnungsfeier und sämtlichen Zeremonien bin ich zusammen mit meinen Regiepartnern Max Sieber und Nadine Imboden (www.3friends.ch) für das Konzept, die Regie, die ganze Umsetzung zuständig. Mit Habegger installieren wir die dazu nötige Technik. Für die logistische Umsetzung der Eröffnungsfeier ist die Agentur Compresso verantwortlich. Insgesamt sind dabei über 1000 Personen involviert.

Daneben machen wir alles, was Audio, Video, Licht und Strom im Stadion beinhaltet. Auch die ganze Kommunikationstechnik, also die Datenverkabelung, die Verkabelung der Medienarbeitsplätze, das WLAN, die ganze Kommunikationsinfrastruktur für die Medien. Dazu gibt es die Branding-Bauten im Stadion, wie zum Beispiel das Siegerpodest. Auch die ganze technische Infrastruktur in der Stadt, also ausserhalb des Stadions für die Gehen-Wettbewerbe und den Marathon, gehört zu unserem Aufgabengebiet. Zudem sind wir der technische Partner des Festivals auf dem Sechseläutenplatz. Dort steht auch das House of Switzerland. So setzen wir jeden Abend eine 3-D-Projektion auf das Opernhaus um.

Ist dies Ihr grösster Anlass, den Sie je betreut haben?

Von der Komplexität und der Breite ist das der grösste Event.

Was bedeutet solch ein sportlicher Grossanlass für die Technikplanung?

An solch einem Anlass hat man sehr viele Stakeholder, was kompliziert ist. Wir haben den Host-Broadcaster, das lokale Komitee, den internationalen Verband, die einzelnen Ländern mit ihren individuellen Bedürfnissen, die Stadt und den Stadionbetreiber. Also sehr viel Politik, viele Partner, die mitreden. Mit jeder Meisterschaft nehmen die Ansprüche zu, da immer mehr Technologie ins Spiel kommt. Auch die Konvergenz der Medien spüren wir stark am Event. Der heutige Journalist macht Radio, Print, Online-Ticker, alles in einem. Die EM beinhaltet zwei Sessio- nen pro Tag, also circa acht Stunden Sport täglich.

Einerseits muss man in Schichten arbeiten, andererseits viele Kompromisse zwischen dem Einsatz der Technik und der Logistik eingehen. Die Eröffnungsfeier veranschaulicht das, weil sie nur zwei Minuten nach einer Siegerehrung startet. Eine sehr grosse Herausforderung. Ähnlich wie beim Superbowl, wo in der Halbzeit eine riesige Show stattfindet. Wir haben nur 20 Minuten Vorbereitungszeit auf dem Rasen, da vorher noch Wettkämpfe laufen. Das ist die technische Höchstherausforderung.

Auch für die SRG ist das Projekt die grösste Produktion aller Zeiten. Wie ist die Zusammenarbeit mit der SRG?

Sehr gut, wir haben es mit einem sehr professionellen Partner zu tun. Wir beide sind aber immer wieder mit den verschiedensten Bedürfnissen der vielen Partner konfrontiert, was die Arbeit komplex und auch sehr herausfordernd macht. Aber genau dafür sind wir ja da.

Das Ganze kann für Habegger aber auch als eine Superplattform angesehen werden.

Klar. Aber die technische Herausforderung ist schon massiv. Jeder muss genau wissen, was er tut, weil es einfach eine Punktlandung geben muss. Aber genau das macht den Kick eines Live-Events aus.

Wer ist Ihr Auftraggeber an der EM?

Das lokale Organisationskomitee.