Big MAGAZINE

No. 02 Herbst 2011

Inspiration aus der Großbildwelt

EINE SCHNEIDIGE SACHE

Sonys Messestand verlangt Millimeterpräzision

STOFF ZUM ROCK

Hinter der Heavy Metal-Szene

INFINITUS

Erste Einblick in eine nahtlose Zukunft

DIE RUHE IM STURM

Warner Bros. überrascht auf der E3-Messe in Los Angeles

& KARIBIKFLAIR IM HOHEN NORDEN

WELCH EIN CIRKUS

IKEA-FASADE IN BÜHNENVORHANG VERKLEIDET

Big MAGAZINE

AUSGABE 2 • HERBST 2011

EDITORIAL 3
Mit Gütesiegel

BIG WORLD 4
Grüße aus der Big Welt

DIE RUHE IM STURM 6
Warner Bros. auf der E3

WELCH EIN CIRKUS 9
Big Image kleidet Ikea ein

KARIBIKFLAIR IM HOHEN NORDEN ... 12
Das Sefa Beach Center

DER SCHEIN ZUM SEIN 14
UV-Farben bringen Stimmung

EINE SCHNEIDIGE SACHE 16
Vom Druck-zum Cut-Profi

STOFF ZUM ROCK 18
Backdrops im Heavy Metal-Look

INFINITUS 20
Neuer Printer von Big Image

WINTERTIPPS 23
Die Favoriten der Mitarbeiter

BIG IMAGE SYSTEMS®
GROSSE BILDER AUF WEICHEN MATERIALIEN

RUHLSDORFER STR. 95, GEBÄUDE 19
145 32 STAHNSDORF, GERMANY
TEL: +49 3329-60 50 00 FAX: +49 3329-61 37 00
WWW.BIGIMAGE.DE

FSC 100% Papper FSC® C074519

BIG MAGAZINE IST AUF COCOON GEDRUCKT (100% RECYCLED)
UND IST KLIMAKOMPENSIERT. DESIGN: BROR RUDI CREATIVE

MIT GÜTESIEGEL

Es gibt Themen, die jede Gesprächsrunde ins Stocken bringen. Die ISO-Zertifizierung beispielsweise. DIN EN ISO 9001/14001, das liest sich so, wie es sich spricht: trocken, sperrig, bürokratisch, irgendwie deutsch. Dabei ist sie weder das eine noch das andere. Sie garantiert uns und Ihnen umweltfreundlich und effizient hergestellte, qualitativ hochwertige Ware. Die weltweit anerkannte Norm für Qualitäts- und Umweltmanagement wurde uns im Oktober zuerkannt. Und ganz ehrlich: Wir sind stolz darauf.

Um Qualität geht es auch in unserem Beitrag „Das Prinzip Infinitus". Big Image rastet und rostet nicht. Man lese und applaudiere: Es ist die Generation 70+, die drängt, die schiebt, der wir unseren neuen Printer verdanken. Der Ankündigung im Heft 1/2011 folgen nun die Details. Mit Infinitus schlagen wir ein neues Kapitel unserer Druckgeschichte auf. Der Endlosprint auf zwölf Meter Breite in einer Farbbrillanz, besser noch als ihn die Airbrushtechnik bietet, öffnet unseren Kunden völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten: eine ganz oder fast nahtlose Güte der Bilder. Das wird spannend vor allem für Megabühnen.

Apropos Megabühnen – lag uns im ersten Magazin die Theaterbranche besonders am Herzen, zeigen wir diesmal den Kunden aus dem Messe- und Eventbereich, was geht: Wir haben IKEA-Häuser verpackt, Karibikflair in die weltweit größte Beachvolleyball-Halle gebracht, für den Sony-Auftritt auf der IFA riesenmengen Polyester mit Schweizer Präzision geschnitten, einen Ausflug in die Heavy Metal-Szene gewagt und schließlich dem Messestand von Warner Bros. ein außergewöhnliches Outfit verpasst.

Qualität begeistert. Qualität kommt immer an. Versuchen Sie es mal in der nächsten Gesprächsrunde damit. Wenn Sie vom letzten Konzert schwärmen, von den emotionalen Bühnenbildern oder der überwältigenden Lichtshow. Dahinter stehen Firmen, die für ihr Produkt geradestehen – auch mit dem ISO-Zertifikat. Man muss das Gütesiegel nur richtig erklären.

Manfred Müller
BETRIEBSLEITER
Big Image Deutschland

BIG WORLD

GRÜSSE AUS DER BIG WELT

STOCKHOLM

„Rau“ könnte man das Thema des schwedischen Modelabels Boomerang in dieser Wintersaison umschreiben. Zum groben Strick passen Motive wie Leuchtturm, Bretterwände, stürmische See – festgehalten auf Werbebildern aus Jutex. Ein Stoff, strukturiert auf der Vorder- und gummiert auf der Rückseite, das Ganze grob gesäumt. So stattete Big Image Schaufenster und Interieur der Filiale in Stockholm aus.

OSLO

Für drei Monate können die Osloer in diesem Winter ihre Stadt wortwörtlich mit Füßen treten. Das Nationalmuseum für Kunst, Architektur und Design orderte bei Big Image einen 317 Quadratmeter großen Bodenbelag mit einem Luftbild der Stadt.

HULTSFRED

Das Småland Festival ist tot, es lebe das Småland Festival. Nach einem Jahr Pause feierte Schweden wieder sein legendäres und wildes Rock-Festival in Hultsfred. Damit es auch niemand verpasst, schickten die Organisatoren ein Luftschiff in Stockholm und Göteborg auf Werbetour. Für die Reklame hoch am Himmel stand eine 3D-Zeichnung des Fahrzeuges Pate, um danach die 2D-Vorlage für die Stoffbahnen zu realisieren. Ein Klettband hielt das in Millimeterarbeit zugeschnittene und genähte rote Banner mit der perfekten 3D-Illusion in Form.

CHICAGO

VIP's sind Zugpferde auf Charity-Veranstaltungen. Wo sie auftreten, ist Aufmerksamkeit garantiert. Einerseits konnten sich die Veranstalter der 48. Internationalen Konferenz der Association of Fundraising Professionals in Chicago freuen, den ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton als Redner begrüßen zu dürfen, andererseits gelten in diesem Fall andere Regeln: Einen Tag vor der Aktion checkt der Sicherheitsdienst die Bühne, danach darf nichts mehr verändert werden. Die Kulisse – ein aufgeschlagenes Buch – musste so gestaltet werden, dass auch die anderen Gäste ihren Auftritt bekamen. Die Veranstalter schnitten kurzerhand eine Öffnung in das Buch und ließen Big Image genau diesen Ausriss drucken. Frappierende Wirkung: Bei Dunkelheit wurde der Eingang geöffnet, im Scheinwerferlicht schritten die Referenten scheinbar direkt aus dem Buch. Die Idee, passend zum Motto der Konferenz – „Fundraisers are Storytellers".

OBEN Eine ruhige und klar strukturierte Präsentation.

DIE RUHE IM STURM

Auf der Videospielemesse E3 in Los Angeles überraschte Warner Bros. mit einer ruhigen Präsentation – und fiel damit aus dem Rahmen.

TEXT /// **BIRGIT HIEMANN**
FOTO /// **EVENTMAKERS**

WIE ERREGT MAN Aufmerksamkeit in einer Szene, die von optischer und akustischer Reizüberflutung lebt? In der Bildschirme wild flackern, Audio-Tracks ohrenbetäubend kreischen und knapp bekleidete Messehostessen umherstaksen? Man tut genau das Gegenteil: die Produkte mit einer klaren Designsprache zeigen. So geschehen auf dem wichtigsten Branchentreff der Videospiele-Industrie E3 2011 in Los Angeles bei Warner Bros. Interactive Entertainment.

DESIGN IN KLAREN FORMEN

Die Stars sind die Produkte – Batman, Harry Potter, Herr der Ringe, die Sesamstraße. Von all den Kino- und TV-Hits verkauft der Filmriese mittlerweile Spiele. „Am schwierigsten war es, jedem die eigene Erlebniswelt zu geben und gleichzeitig Warner Bros. als Marke darzustellen. So eine Präsentation kann schnell das Ambiente einer Tauschbörse oder eines Gemischtwarenladens annehmen“, erzählt Guy Genis, Geschäftsführer von Eventmakers. Amerikas große Eventagentur ist spezialisiert auf Spielemessen und bekannt für ausgefallene Lösungen.

Die Kreativschmiede blieb auch diesmal ihrem Kunden Warner Bros. nichts schuldig und entwarf ein eigensinniges und spektakuläres Gesamtkunstwerk: Große, stille Bilder auf gewölbten Wänden gaben den Rahmen für das Highlight – schwebende Zylinder mit den Motiven der einzelnen Spiele. Lichtundurchlässige Stoffe wurden mit halbtransparenten kombiniert, be- oder hinterleuchtet. Eine Oase und gleichzeitig Eyecatcher inmitten der unruhig flimmernden Spielehölle E3.

AUFTRAG IN EINER HAND

Was auf den ersten Eindruck fast schlicht anmutet, ist das Ergebnis modernster Technik und präziser Arbeit. Wie bestellt für Big Image. Seit sechs Jahren schätzt Eventmakers den Großbildspezialisten. „Wir bekommen Beratung, Stoffe in riesiger Auswahl und das Beste: alle Leistungen aus einer Hand“, erklärt Genis. Komplimente, die motivieren. Fernab im schwedischen Täby tüftelten dann auch die Allrounder an den Zylindern. Wie drucken wir die Bilder so, dass sie dreidimensional und in dieser Form wirken? Und wie bekommen wir sie passgenau in die Aluminiumprofile? Auch das Nähen – eine Sisyphusarbeit. Vor der Verschiffung wurde alles Probe montiert.

Zwei Tage vor Eröffnung herrschte bei Warner Bros. auf der Messe noch gähnende Leere. Viele Aussteller wollen die Spannung halten, klar. Dennoch: „Es gehört viel Vertrauen in die Arbeit des anderen, um da relaxt zu bleiben“, weiß Ole Lindqvist von Big Image in Amerika. Das Team montierte den Stand an nur einem Tag. Perfekt. Die Präsentation schaffte es unter die Top 20 der rund 200 Aussteller. Bestens.

DIE MESSE

E3 steht für Electronic Entertainment Expo und ist seit 1995 eine der weltweit größten Messen der Video- und Computerspiele-Industrie. Rund 50 000 Besucher testeten in diesem Jahr im Los Angeles Convention Center vier Tage die Angebote der Hersteller aus rund 100 Ländern – unter ihnen Hardware-Größen wie Nintendo (Wii), Microsoft (Xbox) und Sony (PlayStation).

WELCH EIN CIRKUS!

Hochfliegende Pläne und spektakuläre Großbildaktionen – mit Ikea wird's nie langweilig. Jüngstes Beispiel: die Verwandlung eines Kaufhauses in einen Cirkus. Auf Tour mit dem Big Image-Installationsteam in Kungens kurva.

TEXT /// **PER WRANGENBERG** FOTO /// **FELIX ODELL**

Kaufst du noch, oder jonglierst du schon?" werden sich die Männer um Louis Vestman vom Big Image-Montageteam die Augen gerieben haben angesichts dieses Auftrages: die Verwandlung des 26 Jahre alten Ikea-Hauses bei Kungens kurva, einem Einkaufszentrum nahe der legendären Königskurve bei Stockholm, in ein Cirkuszelt. Die Aktion hat Tradition. Schon einmal verpackte Big Image ein Ikea-Domizil. Zum 40. Jubiläum gönnte sich der Einrichtungsgigant in Stockholm eine Riesen-Erdbeertorte.

WELCH EIN CIRKUS Topgesichert auch in 70 Meter Höhe.

Für die Cirkusnummer mussten die Monteure 11,5 Meter in die Höhe, um zwölf Bilder zu installieren – insgesamt 1135 Quadratmeter Netzvinyl. Keine Hürde für die Fassadenkletterer, die mit Gurten und Skylifts topgesichert auch mal 70 Meter in Angriff nehmen. A und O eines jeden Hochseilaktes ist die gründliche Vorbereitung: Wie und wo befestigt man den Stoff, ohne das Gemäuer zu beschädigen? Finden Kräne, Hubarbeitsbühnen und Transportfahrzeuge Platz und Zugang? Genügt es, die Größe des Hauses mit Laser zu ermitteln, oder muss analog konventionell gemessen werden? Erst am Schluss lässt sich die genaue Größe des Bildes berechnen.

„Gegner ist der Wind. Ab zwölf Meter in der Sekunde können wir einpacken."

Am Ikea-Cirkus entschied sich die Crew für schonende Kunststoff-Halterungen, mit der die Schiene für die Bildhängung oben am Gebäude befestigt wurde. Gurte hielten den Stoff am unteren Rand in Spannung. Die eigentliche Installation dauerte zwei Tage. „Bei dem schlichten Motiv", schmunzelt Vestman. „Falte ist Falte." Dagegen war die plastische Torte schon eine Herausforderung, sollten die Erdbeeren nicht wild durcheinander auf der Creme kleben. Gefürchtet in jedem Fall: der Wind. „Weht er heftiger als zwölf Meter in der Sekunde, können wir einpacken", so Vestman. Geschafft. Chapeau!

VERKAUFSSPEKTAKEL
Die Cirkusnummer von Ikea mit Akrobatik, Clowns und Popcorn für alle wurde einen Sommer lang in allen Medien beworben.

KARIBIKFLAIR *im* HOHEN NORDEN

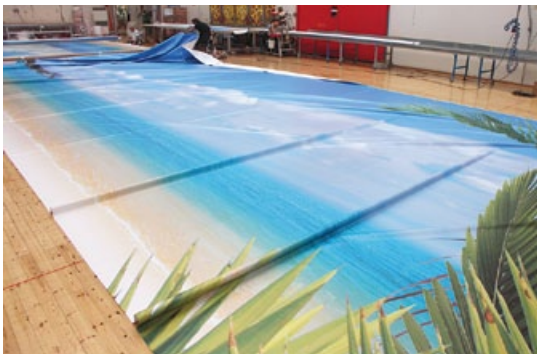
TEXT /// **BIRGIT HIEMANN** FOTO /// **JOHN REJNÄS, BIG IMAGE**

Die Beachvolleyball-Gemeinde hat ein neues Eldorado: das Sefa Beach Center in Göteborg.

WÄHREND DRAUSSEN eisiger Wind tobt und sich das Tageslicht nur selten Bahn bricht, schmettern seit Oktober im Sefa Beach Center in Göteborg Profis und Hobbysportler auf heißem Sand neben Palmen und azurblauem Himmel den Ball übers Netz.

Für die Tropenstimmung in der weltweit größten Beachvolleyball-Halle scheuten die Bauherren keine Mühen. Heizschlangen unter der dicken Sandschicht sorgen auf allen 16 Indoorplätzen für wohlige Wärme, Sonnenlicht-Strahler geben Tageslichtstimmung. Das alles wäre ohne die riesigen umlaufenden Bilder von Big Image allerdings nur halb so überzeugend. Hallen-Manager Ulf Hallman: „Die Motive lassen den Horizont grenzenlos erscheinen. Wie ein Tag am Strand. Karibikflair an Schwedens Westküste. Genial."

Anfang November traf sich in diesem schwedischen Tropical Island erstmals die internationale Elite zum Beach Blast-Turnier. Da passte nach den Wettkämpfen auch der eine oder andere Sex on the beach-Cocktail bei Musik unter Palmen. Fehlte nur noch das Meeresrauschen.



OBEN 1700 m² tropisches Paradies wird bearbeitet.

DER SOMMER IST ZURÜCK – DIESMAL FÜR IMMER

Beachvolleyball hat in Göteborg Tradition. Bereits 1993 entstand die erste Indoorhalle. Heute zählt der hiesige Beachvolleyball-Club über 1000 Mitglieder. Das Sefa Beach Center steht auch Schulgruppen, Unternehmen und Freizeitsportlern offen. Neben den Indoorplätzen gibt es sechs weitere Anlagen im Außenbereich, außerdem Restaurant, Café und ein Relax- und Fitness-Studio. Informationen und Tickets unter www.beachcenter.se.

der SCHEIN zum SEIN

TEXT /// **BIRGIT HIEMANN**
FOTO /// **KAI-UWE SCHULTE-BUNERT**

Wenn ein ohnehin einmaliges Bauwerk mit Licht in Szene gesetzt wird, ist die Magie überbordend. Big Image holte den beleuchteten Eiffelturm auf die Bühne der Staatsoperette Dresden – mit UV-Farbe und -Licht.

Schönheit lag immer schon im Auge des Betrachters. Doch beim illuminierten Eiffelturm in Paris sind sich alle einig: atemberaubend! Was lag näher, mit dem funkelnden Schönen Zeitgeist in die Kulisse von Franz Lehárs Operette „Der Graf von Luxemburg“ zu hauchen. In die große Zeit der Pariser Boheme um 1900, in die Karnevalsturbulenzen einer lebenstrunkenen Gesellschaft.

Was derzeit auf der Bühne der Dresdner Staatsoperette hinter einem großen Atelierfenster in nächtlichen Schneeflockenwirbel gehüllt flimmert, ist in der Theatermalerei nicht neu: UV-Licht bringt fluoreszierende Farben im Dunkeln zum Leuchten. „Die Maltechnik dafür ist aufwändig“, erklärt Malsaal-Vorstand Franziska Schobbert. „Sie erfordert Konzentration und ein geschultes Auge, damit zwischen der UV- und der normalen Farbe auf weißem Stoff keine Kanten entstehen und die Schattierungen für diffuse Lichter mit Spritztechnik gelingen.“

DER SHOWACT

UV-Drucke überraschen. Personen, Gegenstände, Schrift oder Symbole scheinen zu schweben, sie verschwinden und tauchen wieder auf. Effekte, die bestens für Events geeignet sind. So sorgen Backdrops mit UV-Farben von Big Image dafür, dass Heavy Metal-Konzerte mit geringem Aufwand zu Showacts werden (Seite 18). Mehr noch: Das Bühnenbild übersteht Tourneen über Monate und Kontinente. Es kann zusammengelegt, in die Überseekiste verfrachtet, angefeuchtet ausgehängt und wieder bespielt werden. The show must go on.

DER TRICK: UV-FARBEN WERDEN DAZUGEMIXT ODER EINGETAUSCHT

Neu ist, dass große Theaterprospekte mit UV-Farben jetzt auch gedruckt werden können – wie das Wahrzeichen von Paris. Der Trick: CMYK- werden gegen UV-Farben ausgetauscht oder mit ihnen gemixt. Vorlage für den Eiffelturm war ein Schwarzweißfoto, für das der CMYK-Modus (Cyan, Magenta, Yellow, Key = Schwarz) um Magenta beraubt und anstelle Yellow eine stark Gelb leuchtende UV-Farbe gewählt wurde; Cyan und Key sorgen für ein tiefes Schwarz. Alles penibel angelegt in den Kanälen des Photoshops.

Soweit, so gut. Der Teufel steckt aber bekanntlich im Detail, und das heißt Farbtiefe. „Erst auf der ausgeleuchteten Bühne entscheidet sich, wie gut wir gearbeitet haben“, weiß Kundenberater Andreas Paul. Nicht gerade einfach bei einem Prospekt, der nur in abgedunkelten Räumen seine Qualitäten preisgibt. Bevor der Probedruck zum Kunden ging, wurde in Stahnsdorf betrachtet, simuliert, verworfen, nachbereitet. Mit Erfolg. Ein Tick mehr Schwarz und das Bild war perfekt.

Was besonders die Theater- und Eventbranche freuen dürfte: UV-Farben können nur im Airbrushverfahren gedruckt werden. Zu grob sind die Pigmente für die winzigen Düsen der Inkjetprinter. Gerade Airbrushbilder kommen aber in ihrer Farbtiefe und -brillanz dem Gemalten sehr nahe. Gut für die Bühne und die Stahnsdorfer, die die Drucktechnik weltweit allein beherrschen.

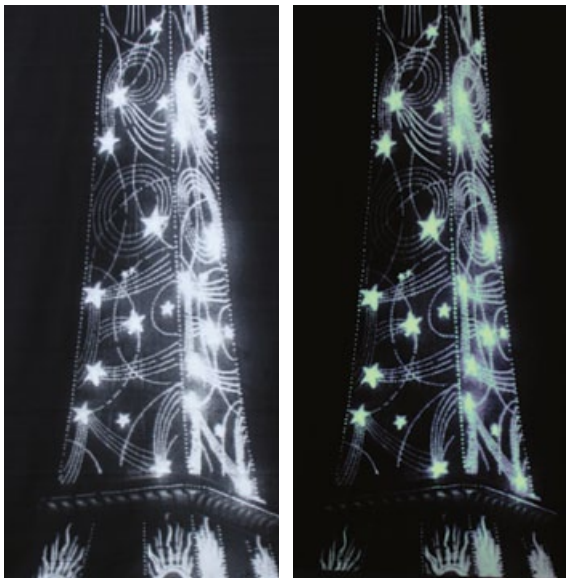
ERGÄNZEN SICH: GROSSBILDDRUCK UND THEATERMALEREI

Vierzehn Tage hätten die vier Theatermaler der Staatsoperette Dresden für den 66 Quadratmeter großen Prospekt aufwenden müssen und noch weitere für das Durchtrocknen der schwarzen Farbe. Zeit, Platz und Kosten, die für andere Arbeiten jetzt frei waren. Dass der Großbilddruck die Theatermalerei nicht ersetzen kann und will, ist bekannt und anerkannt. „Wir können uns sinnvoll ergänzen, wenn jeder die Arbeit des anderen mit all ihren Vor- und Nachteilen versteht“, ist sich Franziska Schobbert sicher. So bietet Big Image Zwischenschritte im Druck an, damit Theatermaler ihre Zeichen, ihr Finish setzen können. Zu bestaunen vielleicht im nächsten Stück an der Staatsoperette Dresden.

DER GRAF VON LUXEMBURG

Der Plot ist so alt wie neu: Ein verarmter Adliger geht für viel Geld eine Scheinheirat mit einer Sängerin ein, die nach der Scheidung und mit Grafen-Titel nun von einem Fürsten geehelicht werden kann. Es kommt wie es kommen muss – Graf und Künstlerin verlieben sich ineinander.

Lehárs Kommentar bei Abgabe des Stückes nach nur vier Wochen Komposition: „Der Schmarrn ist fertig und wenn es keinen Erfolg haben wird, habt ihr es euch selbst zuzuschreiben.“ Die Theatercrew muss alles gegeben haben. Jubel für die Premiere 1909 am Theater an der Wien, Jubel auch 102 Jahre später in Dresden.



OBEN Mit wechselnden Scheinwerferfarben strahlt der Eiffelturm im jeweils anderen Ton.

EINE SCHNEIDIGE SACHE

Vom Druck- zum Cut-Profi. Für den IFA-Auftritt von Sony schnitt Big Image eine Riesenmenge Polyester-Ware mit Schweizer Präzision.

SO MUSS DIE ZUKUNFT aussehen: Eine helle, in strahlendes Weiß gehüllte Welt, die mit neuester Technik aufregt, überrascht und diese geheimnisvoll Stück für Stück preisgibt. Die Messeauftritte von Sony sind legendär. Für den auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin ließ der japanische Elektronikriese in einer Halle erneut Designer Adam Scott freie Hand.

DIE IDEE

Frei hängende Vertikaljalousien trennen den sogenannten Inner Core vom Rest der Halle. Teils einsehbar, teils abgeschirmt. Wie ein weißer Zaun sollen die Lamellen neugierig machen auf das Dahinter: Schaut man geradewegs darauf, blitzen Lichter und Bruchteile werden sichtbar, gleitet der Blick seitlich auf den Vorhang, entsteht eine Dreidimensionalität. Alles leicht und kombiniert mit Origami-Kunstwerken. Schmale hängende Leuchtkörper unterstreichen die Idee der vertikalen Linien.

EINE FRAGE DES STOFFES...

Eine schöne Idee, für deren Realisierung Szenenbildner Joris Hamann vom Art Department Studio Babelsberg knapp zwei Monate Zeit blieb. Welcher Stoff garantiert Blickdichte und Festigkeit? Und wie soll er für den gewünschten Effekt auf acht Meter Höhe geschnitten und gehängt werden? Scott bevorzugte Drop Paper. Ein fein strukturiertes, ultraleichtes Material mit der Wirkung von handgeschöpftem Japanpapier. „Das riss schon beim ersten Schneidetest“, erinnert sich Hamann.

Hier kommt Big Image ins Spiel. Nach einigen Tests mit Artist Heavy war für die Geschäftspartner und Fast-Nachbarn schnell klar: zu lichtdurchlässig. Bei Gerriets, Deutschlands großem Theater- und Bühnenausstatter, wurde man gemeinsam fündig und entschied sich für Blindstop, ein Polyester mit blickdichter Gummieinlage.

... UND DES CUTS

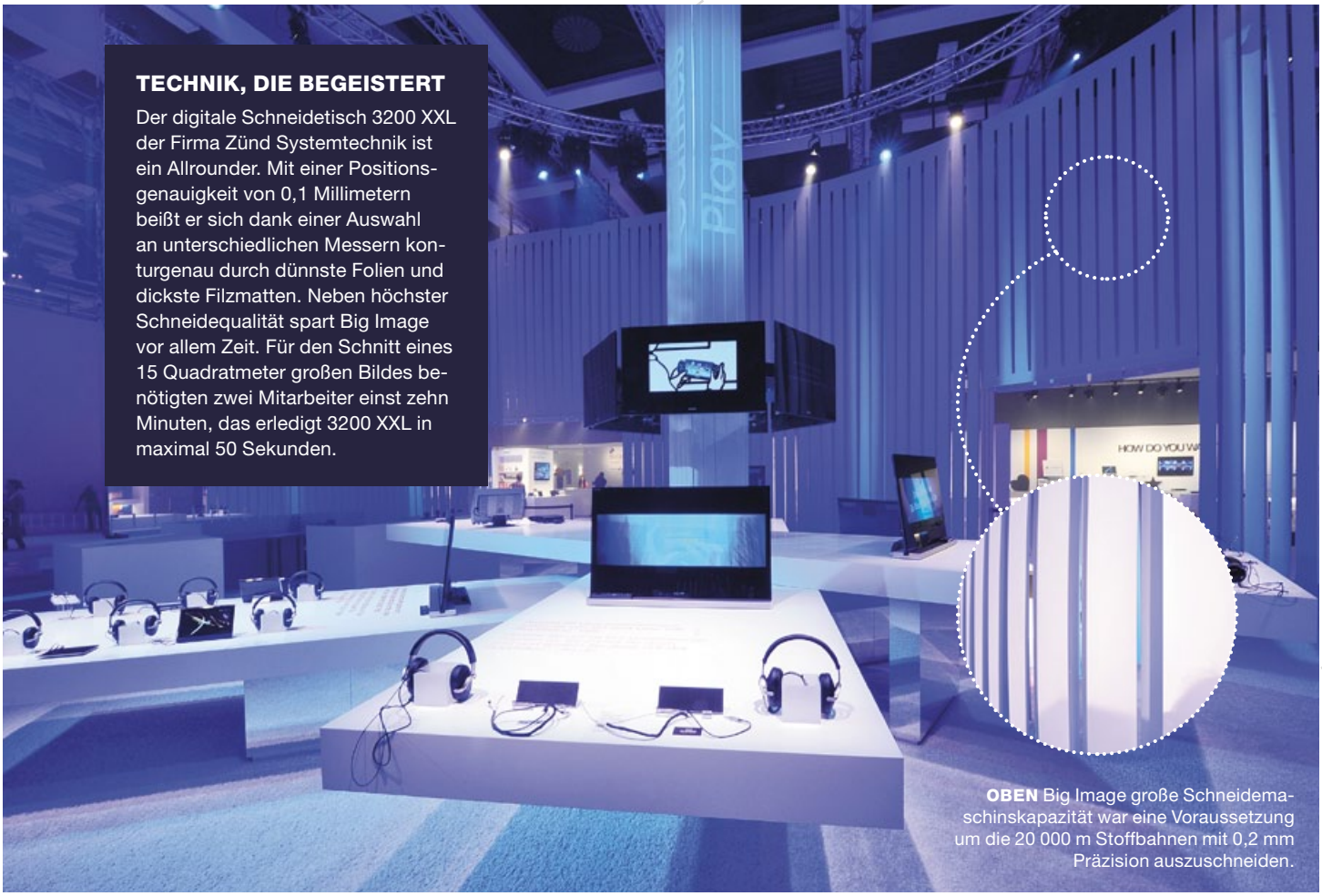
Blieb die Frage des Schneidens der gigantischen 1534 Quadratmeter. Manchmal muss man in die Ferne schweifen, um das Gute und doch Naheliegende zu finden – konkret in die Produktionshalle von Big Image Schweden. Dort arbeiten die Drucker seit kurzem mit einem digitalen Schneidetisch in höchster Schweizer Präzision (siehe Kasten) und rasender Geschwindigkeit.

Mit dem kleinen Probeschnipsel von nur wenigen Zentimetern in der Hand orderte Hamann das Material und ließ es für Testschnitte direkt zum Firmensitz nach Täby fliegen: schmale Streifen, breite Streifen, Streifen mit Löchern und solche mit Stegen. Vier Probehängungen in Babelsberg später und einem zufriedenen Grummeln von Adam Scott war der Cut nur noch eine Stundensache.

DER IFA-AUFTRITT

Sony‘s Konzept ging auf: Highlights wie die Tablet Computer, raffiniert verpackt und präsentiert, trafen den Besuchernerv. Auch, weil das Gesamtkunstwerk zählte. Keine schlechte Empfehlung für die Stahnsdorfer. Und gut zu wissen für Kunden, die künftig was auch immer zu schneiden haben.

TEXT /// **BIRGIT HIEMANN**
FOTO /// **SONY**



TECHNIK, DIE BEGEISTERT

Der digitale Schneidetisch 3200 XXL der Firma Zünd Systemtechnik ist ein Allrounder. Mit einer Positionsgenauigkeit von 0,1 Millimetern beißt er sich dank einer Auswahl an unterschiedlichen Messern konturgenau durch dünnste Folien und dickste Filzmatten. Neben höchster Schneidequalität spart Big Image vor allem Zeit. Für den Schnitt eines 15 Quadratmeter großen Bildes benötigten zwei Mitarbeiter einst zehn Minuten, das erledigt 3200 XXL in maximal 50 Sekunden.

OBEN Big Image große Schneidemaschinskapazität war eine Voraussetzung um die 20 000 m Stoffbahnen mit 0,2 mm Präzision auszuschneiden.

STOFF ZUM ROCK

Heavy Metal-Fans wollen das Spektakel, die gigantische Show. An den Backdrops soll es nicht liegen.

TEXT /// **BIRGIT HIEMANN** **FOTO** /// BIG IMAGE

Sie nennen sich Betontod, Amon Amarth oder Morgoth. Ihre Musik ist laut und knallig wie ihre Bühnenshow. Auf den Backdrops wütet Feuer, droht düsteres Schwarz. Blutiger Kampf, wuchtige Schwerter, chromfarbene Runenschrift. Willkommen in der Welt des Heavy Metal.

Spätestens beim ersten Druck eines Heavy Metal-Backdrops outeten sich in Stahnsdorf die Freaks: leichtes Kopfschwingen, stampfende Füße. Hubertus Hesse, Auftraggeber und Inhaber der Agentur AllYourBandNeeds, schmunzelt und weiß, dass bei Big Image nicht nur Metal-Liebhaber, sondern vor allem Druckprofis am Start sind. „Backdrops von der Stange – das können viele. Eine maßgeschneiderte Lösung wenige."

INDIVIDUELLE ANGEBOTE

Für große Bühnen empfiehlt Big Image deshalb Airbrushdrucke. Die zeigen Farbtiefe und mit einer Druckbreite von zwölf Metern wenig Naht. Beliebt auf kleineren Events und extrem „rockbar" ist Polyester Canvas. Vorteil hier: Die Farbe dringt mit Hitze tief in die robuste, knitterarme Drei-Meter-Ware. „Tätowieren im Stoff", umschreibt Kundenberater Andreas Paul den Thermosublimationsdruck (siehe Kasten). Dass Polyester Canvas dadurch waschbar und abriebfest wird, schätzen alle, die wissen, was auf und hinter Konzertbühnen abgeht. „Das Bild wird nach dem Showact schnell in die Kiste gestopft, in den Trailer bugsiert und am nächsten Tag wieder aufgehängt. Das Ganze

DIE THERMOSUBLIMATION

Geheimnis des brillanten Druckes: Die Farben werden mit einer integrierten Infrarotheizung so stark erhitzt, dass sie gasförmig direkt in den Stoff eindringen. Das Ergebnis sind leuchtende, haltbare Töne, gestochen scharfe, realistische Bilder und klare Konturen. Der Sublimationsdrucker Jeti Aqua-Jet arbeitet umweltfreundlich mit sechs wasserbasierenden Farben, 24 Druckköpfen, in maximal 3,20 Meter Breite und einer Auflösung von 400 dpi.

LINKS Groß: Airbrushbilder wie das von Amon Amarth überzeugen mit knalligen Farben und wenigen Nähten.

UNTEN Modular: Je nach Bühnengröße lässt sich das Backdrop der Band Morgoth mit zwei weiteren Motiven variieren.

insgesamt mindestens hundert Mal im Leben eines Kunstdruckes“, weiß Hesse.

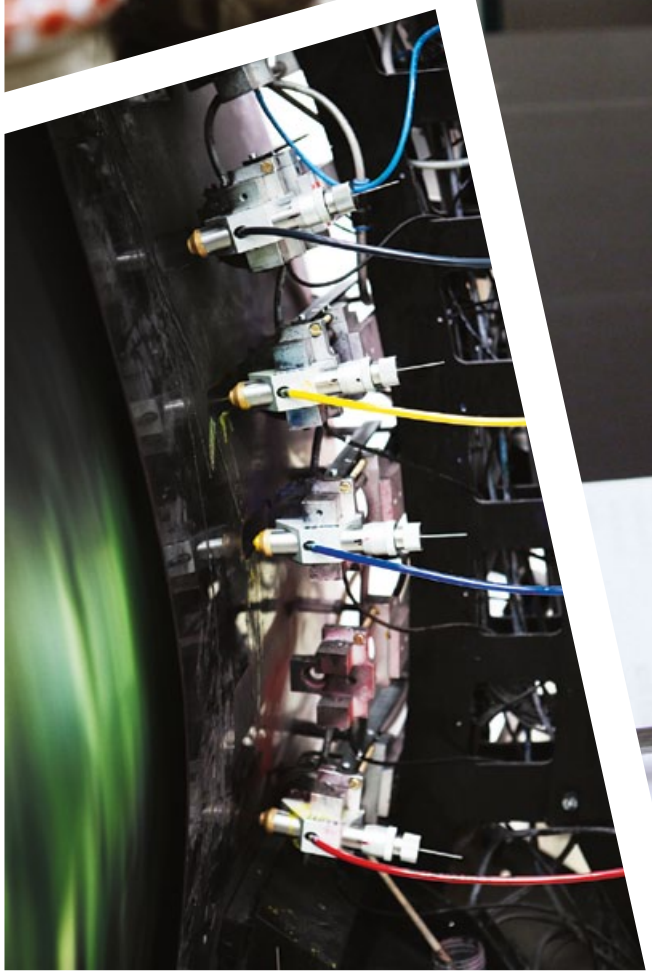
Zu den Maßanfertigungen zählt auch das Modul-Backdrop. Per Klettband „wächst“ das große Hintergrundbild links und rechts mit zwei weiteren Motiven. Auf kleinen Bühnen spannt die Band die Seitenbilder dann auf Rahmen, die sich beliebig hin- und herschieben lassen. Fertig ist das Multifunktionsbild.

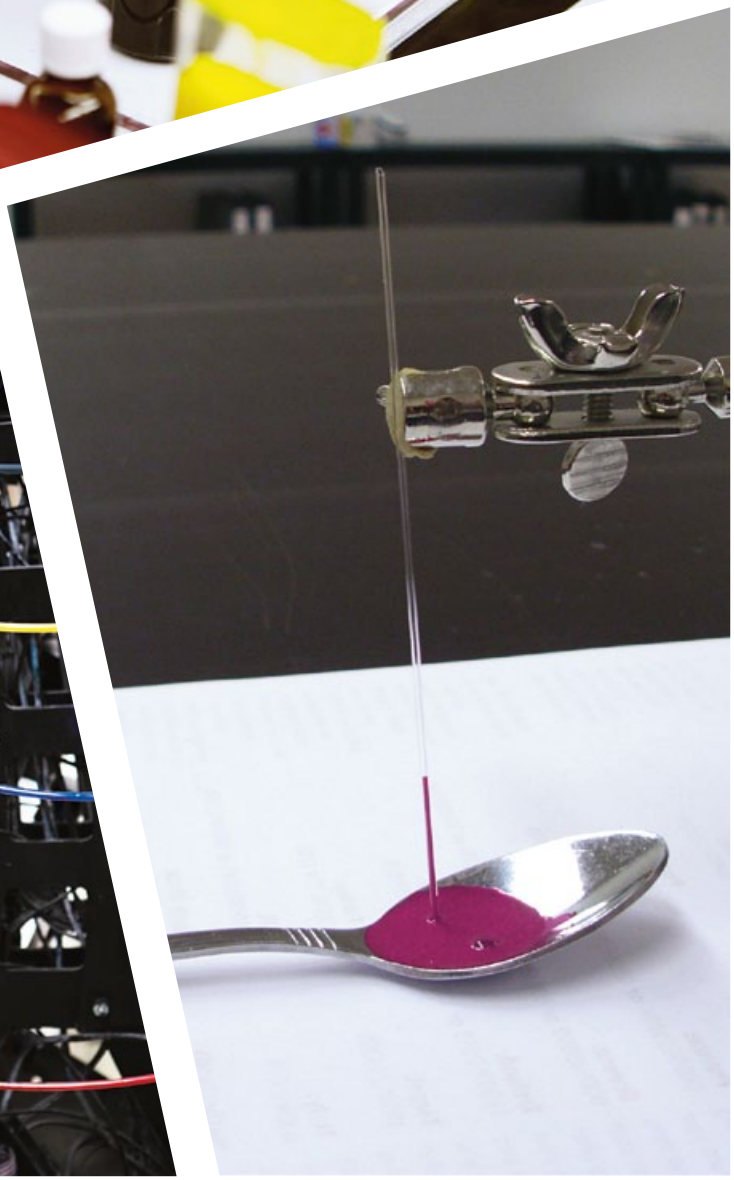
GEMEINSAME SPRACHE

Hesse weiß, was die Bands wollen und Paul, was Hesse meint. Farbwertangaben? Fehlanzeige. „Bitte knallige, schockende Farben. Und das Blut noch etwas dunkler.“ Profis unter sich, das klappt. Aber Blut auf den Backdrops? „Alles Image“, versichert Insider Hesse. Die harten Jungs sind handzahm, unter ihnen viele Veganer, Vegetarier, Tierschützer.

Mittlerweile lieferte Big Image der Heavy Metal-Szene 25 solcher Bilder in nur einem Jahr. Das letzte und inklusive Stufenverkleidung 72 Quadratmeter große Backdrop nahmen Paul und Sohn Joël jüngst selbst in Augenschein. Im Berliner

Huxley’s rockten die schwedischen Metal-Kings Amon Amarth vor der hausgemachten Kulisse: Ein Schwert schwingender Wickinger durchpflügt kampfentschlossen ein riesiges Feuermeer. Wie gesagt: alles Show.





DAS PRINZIP

INFINITUS

Megabühnen brauchen Megaprospekte. Im kommenden Jahr wird Big Image auf einem neuen Printer in zwölf Meter Breite Stoffe endlos bedrucken – ganz oder fast nahtlos. Eine Weltneuheit.

TEXT /// **BIRGIT HIEMANN** FOTO /// **MAGNUS PETTERSSON**

WAS THEATER-, KONZERT- oder Partygänger nicht oder erst auf den zweiten Blick sehen, sticht Betriebsleiter Manfred Müller sofort ins Auge: die Naht im Bühnenprospekt. „Da können wir die Stoffbahnen noch so penibel per Hand zusammenschweißen – sie stört, besonders auf Tüll." Müllers Anspruch und Wunsch vieler Kunden weltweit: Nichts darf ablenken von der Kunst, vom Erlebnis. Schon gar keine Naht.

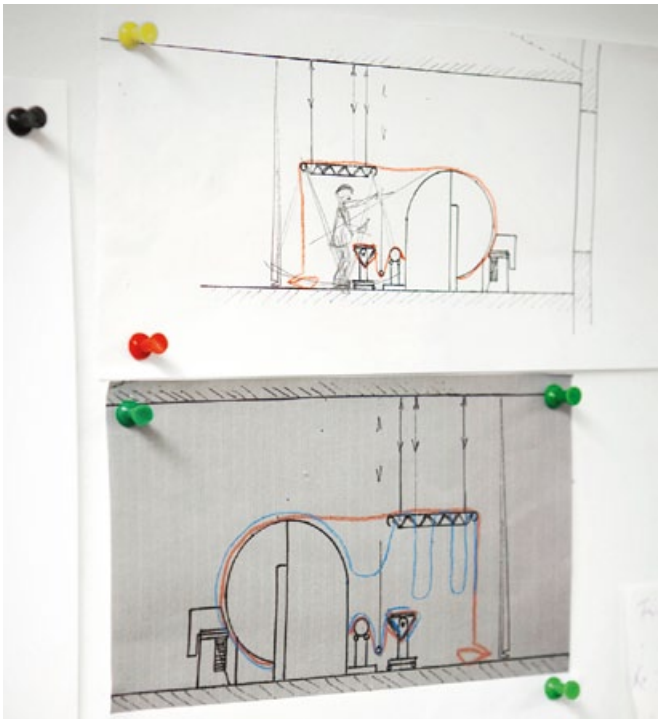
Bereits jetzt liefert Big Image sechs Mal zwölf Meter große Prospekte in einem Stück und für größere Bühnen mit vertikaler Naht. Spielstätten in Amerika aber auch Ausstattungen für Messen und Firmenevents sind 15 Meter hoch und größer. Da ist es mit zwei Stoffbahnen nicht getan. Zur vertikalen kommt eine horizontale Naht.

MOTOR DER INNOVATION: DAS TEAM 70+

Grund genug, wortwörtlich über den Horizont hinauszudenken. Im Sommer 2012 wird Big Image auf einer neuen Druckmaschine unbeschichtete Baumwolle und Projektionsfolie noch schneller als die jetzigen Printer, farblich noch brillanter als mit der Airbrushtechnik und vor allem in zwölf Meter Breite endlos bedrucken. Kein Pappenstiel für das mittelständische Familienunternehmen. Forschung kostet.

Die Idee zum Endlosdruck kam wie so oft vom Team 70+ mit Firmengründer Werner Schäfer und dem studierten Theatermaler und Technischer Leiter im Projekt Klaus Müller, beide 71 Jahre jung. Manfred Müller münzte um, was die Altherrenriege ausgebrütet hat, holte die Technische Universität Berlin (TU) mit ins Boot und beantragte Fördergelder bei der Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsgemeinschaft (AiF). Das war 2009.

„Rund 100 Quadratmeter Stoff wird der Drucker in der Stunde mit Bildern füllen", fasst Müller die Leistung der Studenten der TU zusammen. Im Vergleich: Mit der Airbrushtechnik produzieren die Stahnsdorfer heute in der derselben Zeit ca. 20 Quadratmeter und mit den Inkjetprintern maximal 50 Quadratmeter. Damit das Material auch fadengerade auf die Druckrolle kommt, entwickeln die angehenden Ingenieure außerdem



eine Vorrichtung, die es einfädelt, elektronisch scannt, mit Zugeinrichtungen gerade zieht und für den Druck akkurat aufspult. Das personalintensive Fixieren des Stoffes entfällt.

PIEZOTECHNIK MIT AIRBRUSHBRILLANZ

Der eigentliche Sprung gelang mit der Entscheidung, welche Drucktechnik und welche Farben den Erfolg bringen. Nicht nur die Größe, auch die Qualität der Bilder sollen alles Bisherige toppen. Die Wahl fiel auf die Piezotechnik, die solange modifiziert wurde, bis sie die Farbbrillanz und –tiefe des vor allem bei Bühnenbildnern beliebten Airbrushdruckes übertraf. Zentimeter für Zentimeter sicher und ohne Farbsprünge. Das Farbrezept bleibt Betriebsgeheimnis. So viel sei gesagt: Die Tinte zieht auf Baumwollmaterialien tief ein und steht satt leuchtend. Auf weichem PVC hingegen trocknet sie wie gewünscht sekundenschnell. Ein wasserbasiertes, geruchfreies und ökologisch abbaubares Multitalent.

Die Crew um Müller liegt exakt im Zeitplan. Dafür werden ihr auch die alten Herren weiter im Nacken sitzen. Deren Engagement scheint endlos zu sein. Endlos wie der Name der Innovation: Infinitus. Der ist Programm bei Big Image.

»WIR SIND DABEI EINEN TRAUM ZU VERWIRKLICHEN. WIR GARANTIEREN EIN NOCH GRÖSSERES ERLEBNIS WENN NÄHTE NICHT MEHR NÖTIG SIND.«

–WERNER SCHÄFER

WINTERTIPPS

CHRISTINE /// 9.EISZEIT

Karls 9. Eiszeit „Manege frei – Ein Zirkus aus Eis“ ist mit 2 000 Quadratmetern Deutschlands größte Eisskulpturen-Ausstellung. Ein cooler Ausflug für Groß und Klein. Zu sehen vom 23. 12. 2011 bis 26. 02. 2012 im Karls Erlebnis-Dorf Rövershagen. Infos unter *www.karls.de*.

Foto: Einfach Meer

YVONNE /// WEIHNACHTEN AUF SCHWEDISCH

Schon gewusst? In Schweden bringen die drei Kobolde Tomtebisse, Tomte und Nisse die Geschenke. Mehr darüber und andere Weihnachtsbräuche erfahren und erleben die Besucher des Weihnachtsbasares der Schwedischen Victoriagemeinde am ersten Advents-Wochenende in der Landhausstraße 26.

Foto: Charlott_L

ALEXANDER /// WEIHNACHTSZEIT IN DRESDEN

Striezelmarkt, Mittelalter-Weihnacht, Weihnachtsmarkt an der Frauenkirche, auf dem Neumarkt, am Dresdner Schloss – die Sachsenmetropole garantiert die Qual der Weihnachtsmarkt-Wahl. Das Bonbon für die Kleinen: Grimms „Hänsel und Gretel“ an der Staatsoperette – die „Einstiegsoper“ per se. Infos unter *www.dresdenchristmas.de*.

PAUL /// ADVENTSKRÄNZE BINDEN

Adventskränze gehören traditionell zur Vorweihnachtszeit. Warum nicht mal einen eigenen Kranz binden und dekorieren? Anleitungen gibt es unter *www.youtube.de*.

Foto: Niklas Bildhauer

MAXI /// EUROPÄISCHER JUGENDTREFF

Wer Entspannung durch Gemeinschaft und meditative Gesänge sucht, sollte beim Europäischen Jugendtreffen der communauté taizé vorbeischauen. Tausende Besucher aus ganz Europa ziehen jährlich in eine andere Stadt des Kontinents. Schauplatz vom 28. 12. 2012 bis 1. Januar 2013 ist Berlin. Infos unter *www.taize.fr*.

Foto: Sabine Leutenegger

ANETT /// PYRAMIEDE ANSCHIEBEN

Den Brauch, Stollen und Plätzchen im Lichterschein von Tischpyramiden zu vertilgen, kennt jeder. Die Tradition vieler Dörfer und Städte im Erzgebirge, auf Marktplätzen oder am Dorfeingang Riesenpyramiden aufzustellen, nur wenige. Mit dem Anschieben der Pyramide und den jährlichen Pyramidenfesten läuten die Erzgebirgler die Weihnachtszeit ein.

Foto: Charles Kellogg

Empfehlen Sie unser Big Magazine ihren Freunden! Einfach unter **info@bigimage.de** anfordern.

Weitere Neuigkeiten aus der Großbildwelt lesen Sie unter www.bigimage.de *und auf unserer Facebookseite.*

DAS NÄCHSTE BIG MAGAZINE ERSCHEINT IM FRÜHJAHR!

BigMAGAZINE

RUHLSDORFER STR. 95, GEBÄUDE 19, 14532 STAHNSDORF /// WWW.BIGIMAGE.DE /// TEL: +49 3329-60 50 00 /// FAX: +49 3329-61 37 00