



Branding-Möglichkeiten, so weit das Auge reicht: Das „Upper East“ ist eine einzige Präsentationsfläche



Big Opening: Nach zweieinhalb Jahren Planung und einer Bauzeit von vier Monaten präsentierten die Geschäftsführer Marc Cunnis (links) und Christoph Strenger Ende Mai ihre neue Eventlocation

EVENT HALL

Mit dem neuen „Upper East“ katapultiert sich das Hamburger East Hotel in die Top-Liga der Veranstaltungsllocations, denn die Technik, die die Kunden in der Event Hall nutzen können, findet man sonst nur im Fernsehstudio.

Knapp zwei Millionen Euro stecken alleine in der LED-Lichtanlage der bis zu 500 Personen fassenden Luxus-Location. Die LEDs sind es auch, die den Raum fast vollständig zur Projektionsfläche machen. Hier können Bilder, Imagefilme, Logos, Animationen oder Moods in CI-Farben abgespielt werden. Zusätzlich laufen LEDs über die 34 Meter lange Bar. Die in die Architektur integrierte LED-Technik ermöglicht es, unterschiedlichste visuelle Eindrücke zu kreieren. Das verschafft dem Raum ein gänzlich individualisierbares „Look & Feel“ und macht ihn flexibel für jegliche Nutzung. Je nach Knopfdruck wird die Event Hall zur gemütlichen Lounge, zum pulsierenden Club oder zum individuellen Showroom.

HOCHKARÄTIGE PARTNER, WEGWEISENDE TECHNIK

Realisiert haben die East-Macher das Projekt in Kooperation mit Florian Wieder (Innenarchitektur und Set-Design) und Jerry Appelt (Multimedia- und Lichtdesign). Die technische Ausstattung, Planung und die Installation kommt von der Procon Event Engineering GmbH, die auch künftig den reibungslosen Betrieb der innovativen Multimedia-Technik sicherstellen wird und das „Upper East“ als Showroom nutzt. Bisher war diese technische Ausstattung nämlich allenfalls im Fernsehstudio zu bewundern und als temporäre Installation nach kurzer Zeit wieder verschwunden. Eine Win-win-Situation für beide Partner, denn, so Jens Zimmermann, Procon-Vertriebsvorstand: „Die Nachfrage nach multimedial bespielbaren LED-Flächen im Architekturbereich steigt ständig. Für uns ist die Kooperation mit dem East Hotel ein gelungenes Referenzprojekt in diesem Bereich.“

Florian Wieder gehört zu den renommiertesten Designern im Bereich Production-/Interior-Design. Mit seiner Agentur schuf der 40-jährige Münchner, der 2006 mit dem Deutschen Fernsehpreis für das beste Set-Design ausgezeichnet wurde, Bühnenbilder für „Deutschland sucht den Superstar“ oder die „MTV European Music Awards“. Florian Wieder macht sich vor

UPPER EAST IN ZAHLEN

Name:

Upper East Event Hall

Adresse:

East Hotel,
Simon-von-Utrecht-Straße 31,
20359 Hamburg,
www.east-hamburg.de

Größe:

380 m²

Fassungsvermögen:

150 bis 500 Personen

Investitionswert:

Technik: 1,9 Mio. Euro
Ambiente: 1,5 Mio. Euro

Technische Ausstattung:

150 m² LED-Videowände,
150 m² LED-Streifen,
35 m LED-Barresen
und diverse
Plasmabildschirme



links oben:
Multifunktionales Mobiliar:
Mit wenigen Handgriffen
wird ein Sessel zum Stehtisch

rechts oben:
Christoph Strenger und
Lichtkünstler Jerry Appelt

Mitte:
Beam me up, Scotty: Ein
Knopfdruck befördert die
Gäste nach Las Vegas ins
Spielkasino

rechts unten:
Welt der Illusionen:
Eröffnungsgast Olivia Jones
vor den Straßenschluchten
New Yorks

links unten:
Eventmanager Marco Bartels
mit DJ Ferry Ghoods

allein dadurch einen Namen, dass er neueste Medientechniken in seine Konzepte integriert und den entstehenden Raum für den Betrachter in ein einzigartiges mediales Erlebnis verwandelt.

Für das East Hotel bildet die Event Hall ein weiteres Mosaiksteinchen bei der strategischen Weiterentwicklung des Hauses, denn zusätzliche Eventgäste lassen die Übernachtungszahlen steigen und füllen hausinterne Gastronomieobjekte, die bisher für Veranstaltungen geblockt werden mussten. „Wir hatten immer die Schwierigkeit, dass die gesamte Location gemietet werden musste, wenn man eine Veranstaltung mit eigenem Entertainmentprogramm oder eigenem DJ plante. Wir sind aber auch ein Hotel, und alle Hotelgäste haben den

Anspruch auf die Location. Somit mussten wir einen separaten Raum schaffen, um die Veranstaltungen durchführen zu können“, berichtet Eventmanager Marco Bartels über die Notwendigkeit des „Upper East“. Zudem wünschen sich die Eventkunden viel Flexibilität und technische Möglichkeiten, um ihre Ideen umsetzen zu können. Das individuelle Branding soll meist im Mittelpunkt stehen. Hier kann das „Upper East“ seine besondere Stärke ausspielen: „Die Vorteile unserer neuen Eventlocation liegen in der multimedialen und multifunktionalen Gegebenheit. Man kann alle vorhandenen LEDs nach seinen Wünschen nutzen“, sagt Bartels.

MULTIFUNKTIONALITÄT BIS INS DETAIL

Das eigens für das „Upper East“ entworfene Interieur ist fast ebenso flexibel wie die Technik: Die einzelnen Elemente sind so konstruiert, dass sie entweder als Sessel oder Stehtisch eingesetzt werden können. Dreht man ein Möbelstück 180 Grad um die eigene Achse, wird aus der Armlehne eine Tischplatte und die Sitzfläche bildet den Korpus. Nur ein chameleonartiger Farbwechsel mag der Polsterung noch nicht gelingen.

Einen kleinen Nachteil hat die wegweisende LED-Technik allerdings noch: Die Installation in einer festen Location ist zurzeit weltweit einmalig, und die Vorlagen des Kunden müssen an die LED-Wände (Format: 252:9), die ein anderes Format haben als ein Screen (16:9), angepasst werden. Dementsprechend müssen Filme oder Bilder von dem Lichtdesigner Jerry Appelt überarbeitet und umformatiert werden. Für Kunden, die dies nicht möchten, stehen jedoch verschiedene neutrale Tools zur Verfügung: Sie reichen vom überwältigenden Unterwasserpanorama über ein effektvolles Casino-Ambiente bis hin zum spektakulären Flug durch New Yorks Straßenschluchten. Über Aufnahmen von Sonnenlicht und blauem Himmel via Livekamera für Tagesveranstaltungen (es gibt keine Fenster im „Upper East“) wird bereits nachgedacht. Und für den Einsatz konventioneller Daten stehen mehrere in die Bar-Rückwand integrierte Plasmabildschirme zur Verfügung.

Zurzeit erfolgt die Vermarktung ausschließlich über Mundpropaganda. Die Nachfrage sei sehr gut, es gäbe bereits Buchungen bis 2009. Für besondere Vip-Gäste veranstaltet das East auch eigene Partys, die zur Bekanntheit beitragen. An der 34 Meter langen Bar werden Premium-Produkte (Partner ist die Marke „Russian Standard“) präsentiert, die das gehobene Preisniveau rechtfertigen - immerhin arbeiten mindestens acht Personen hinter der riesigen Bar. Natürlich sind aber auch noch Termine für neue Kunden frei. Das Modelabel G-Star, die Cribb Personalberatung, die Gala oder Tiffany & Co. waren schon da. BARBARA BECKER