

Geistesblitze von Weltniveau

Bochums „tarm Showlaser GmbH“ gilt als einer der Weltmarktführer für Licht-Inszenierungen. Und das mit einer Kernmannschaft von lediglich vier Köpfen

Rot-Weiße Reifen aus Licht tanzen in hohen Wasserfontänen, Blütenmotive in Weiß und Grün, flackern auf und vergehen in der Nachtschwärze. Schließlich steigen riesige Säulen in Gelb und Orange auf: Szenen aus der Show „Caribbean Summer“, die vier Sommerwochen lang an jedem Abend die Besucher der „Autostadt“ in Wolfsburg begeisterte. Die alljährlich mit neuem Thema wiederkehrenden leuchtenden Geistesblitze aus Laserstrahlen stammen aus der Ideenküche der Bochumer tarm Showlaser GmbH.

Wer das Unternehmen zu den Weltmarktführern in Sachen Lasershows zählt, liegt keineswegs falsch. Lediglich „eine Handvoll Konkurrenten weltweit“ sieht Inhaber und Geschäftsführer Ralf Lottig „technisch auf Augenhöhe“. Und der Wolfsburger Autokonzern, der sich und seinen Kunden jedes Jahr eine gigantische Lasershows für weit über 500.000 Besucher spendiert, stand sogar Pate beim Start des Bochumer Partner-Unternehmens: „Die Show zur 50-Jahr-Feier von VW war unser erster Großauftrag“, erinnert sich Lottig.

Noch als angehender Abiturient hatte Ralf Lottig erstmals eine Laser-Show erlebt – damals noch in einer ersten Groß-Disco, später im Bochumer „tarm-Center“. Die Disco hatte aber außer der Lichttechnik und dem Namen nichts weiter gemein mit der Ideenschmiede, zu der Lottig nach dem Abitur stieß: „Technische Akustik Rüdiger Müller“ hieß die Firma damals 1988, abgekürzt also ebenfalls „tarm“. Es ging zunächst um professionelle Tonübertragung, um Lautsprecheranlagen für Diskotheken und andere Großbauten. Licht war ein Nebenprodukt, aber Nachwuchskraft Lottig übte sich als „Lichtjockey“, besuchte die USA und fing dort beim Studium neuer Lasertechniken buchstäblich Feuer. Ein erster Blick auf die Referenzen der heutigen tarm Showlaser GmbH verdeutlicht, welch weiten Weg das Unternehmen seit jenen frühen Tagen zurück gelegt hat. Es gab exklusive Veranstaltungen wie eine private Geburtsagsfeier im Münchner Raum, bei der 100 Gäste einen Privatauftritt von Elton John erlebten, illuminiert durch tarm-Ideen aus Bochum. Es gab große Autopräsentationen



von VW und Audi, Porsche, BMW und Mercedes Benz, Lichtershow für Lena Meyer-Landrut, Robbie Williams oder Pink Floyd. Tarm leuchtete Events der Messe „boot“ in Düsseldorf aus, blitzte für den deutschen und den rumänischen Fußball-Bund, beim Klitschko-Boxkampf in Düsseldorf oder im Phantasialand Brühl.

Die multimedialen Inszenierungen aus Bochum begeisterten die Besucher von Eröffnungs- und Schlussfeiern bei den Olympischen Spielen 2004 in Athen und 2010 in Vancouver. Die bereits fertige tarm-Olympia-Show in London 2012 fiel lediglich einer Programmkürzung in letzter Minute zum Opfer, aber auch die Paralympics 2006 in Turin und die Commonwealth Games 2010 in Indiens Hauptstadt Delhi wurden mit elektronisch gesteuerten Lichterspielen aus Bochum illuminiert.

„Delhi war in jeder Hinsicht besonders“, erinnert sich Ralf Lottig bis heute. Wie üblich, hatte sein Unternehmen sich rechtzeitig um eine Mitwirkung beworben. „Dann hörten wir über Monate nichts mehr. Erst zwei Tage vor der Eröffnung der Spiele erhielten wir den verbindlichen Auftrag, die Show

für die Abschlussfeier zu entwickeln.“ Eigentlich ein Ding der Unmöglichkeit: Schließlich wird für eine Lasershows zunächst das Umfeld erkundet, die Programmidee, dann die Begleitmusik. Erst danach ist klar, welche Technik aus dem riesigen Fundus im eigenen Keller auf den Weg gebracht werden muss, wie viele Programmierer und Techniker gebraucht werden – und welche Bilder die Laser schließlich erzeugen sollen.

Gerade der Eilauftrag aus Indien aber zeigte, wie flexibel ein kleines Kreativ-Unternehmen mit lediglich vier Köpfen in der Stamm-Belegschaft und einer ausgesuchten Mannschaft aus „Freien“ im Hintergrund reagieren kann. Tatsächlich waren innerhalb von zwei Tagen die notwendigen sechs Fachleute mit Visa und Flugtickets ausgerüstet, und mehr als acht Tonnen Show-Elektronik wurden per Luftfracht verladen. Drei Stunden nach der Landung, noch während der ersten Besichtigung des Stadions, konnte tarm-Chef Lottig in Delhi die Container mit seiner Technik in Empfang nehmen. Delhi, nur zur Vervollständigung der Information, wurde ein weiteres Erfolgsergebnis für die tarm-Leute.

Blitze und Farben aus den Bochumer tarm-Showlasern erhellten alljährlich im Sommer die „Autostadt“

Quelle: tarm Showlaser

Was aber eigentlich hält ein Unternehmen, das derart global unterwegs ist, an einem Standort, der Bochum heißt? „Weil ich hier lebe, gern lebe“ – so lautet die erste verblüffende Antwort des Chefs. Der Firmensitz, eine einstige Krupp-Villa am Stadtrand zu Herne, bietet repräsentative und ruhige Arbeits- und Besprechungsräume, der gigantische Keller fasst sämtliche Technik des Unternehmens. „Und die Miete ist überschaubar, kein Vergleich zu Düsseldorf, München oder Berlin. Da wir weltweit arbeiten, brauchen wir kurze Wege zu einem nahen Flughafen – und da sind wir mit dem Autobahnnetz an der Ruhr und dem Flughafen Düsseldorf sehr gut versorgt. Schließlich finden wir rund um unseren Standort immer ausreichend viele Kreative, mit denen wir Neues entwickeln können“, bilanziert Ralf Lottig.

Ein wahrhaft gewichtiges, leuchtendes Plädoyer für den Kreativstandort Bochum an der Ruhr.

Master-Schmiede für die Popmusik

Neues Folkwang-Institut in Bochum hat seine Arbeit mit sechs Studierenden im ersten Master-Semester begonnen.

Die Stadt Herbert Grönemeyers, Standort des Erfolgsmusicals „Starlight Express“, ist seit dem 4. Oktober auch Heimat der ersten akademischen Lehrstätte zum Thema Popmusik. Im Folkwang-Theaterzentrum an der Bochumer Friederikastraße fand die Eröffnungsfeier für das neue Institut für Populäre Musik statt, das von der Folkwang-Universität der Künste im früheren Thürmer-Saal an der Prinz Regent Straße neu begründet wurde. Schauspiel, Regie und nun auch die Popmusik sind damit als Standbeine des breiten Folkwang-Angebotes in Bochum zu Hause.

Folkwang-Rektor Prof. Kurt Mehnert nennt das jüngste Kind der Ruhr-weiten Folkwang-Universität einen „Studien- und Denkort für interdisziplinäre Begegnungen“. NRW-Wissenschaftsministerin Svenja Schulze nannte die Akademie „einen einmaligen Beispielort für junge Kreative“. Unter der Leitung des Institutsdirektors Hans Nieswandt studieren hier nun pro Semester derzeit sechs, künftig bis zu acht Masterstudenten

der Musik. Die Studierenden teilen sich auf in drei Sänger, einen Gitarristen und zwei Elektroniker. Alle haben zuvor den Bachelor-Titel erworben, dazu praktische Erfahrung im Musikgeschäft. Elf Lehrende sorgen für ein breites Themenspektrum, darunter Prof. Dieter Gorny, einst Gründer des TV-Senders Viva und heute Chef des Dortmunder Kreativwirtschaftszentrums „Ecce“, ebenfalls der Musiker Hazy Haze und Prof. Jeff Cascaro.

Dieter Gorny sagte, hier sollten künstlerische Persönlichkeiten ausgebildet werden, „die sich den Herausforderungen des nicht subventionierten Marktes stellen können.“ Hans Nieswandt sieht die Aufgabe des neuen Studienganges darin, „eine ruhige, von Sympathie getragene Entwicklung von Künstlerpersönlichkeiten“ zu ermöglichen – eine Aufgabe, die früher von den Plattenfirmen mit übernommen worden sei. „Es hat sich eine Tür zu einem neuen Land geöffnet“, sagte er, die sich den Herausforderungen des nicht subventionierten Marktes stellen können.“ Hans Nieswandt sieht die Aufgabe des neuen Studienganges darin, „eine ruhige, von Sympathie getragene Entwicklung von Künstlerpersönlichkeiten“ zu ermöglichen – eine Aufgabe, die früher von den Plattenfirmen mit übernommen worden sei. „Es hat sich eine Tür zu einem neuen Land geöffnet“, sagte er, die sich den Herausforderungen des nicht subventionierten Marktes stellen können.“

Begleitet wird die Arbeit des Popmusik-Instituts

von einem vierköpfigen Beirat aus Branchen-Experten. Dazu gehört u.a. auch die Schauspielerin Anke Engelke aus Köln.

Das Bochumer Folkwang-Theaterzentrum bewährte sich am Eröffnungsabend des neuen Instituts als Veranstaltungsort für die Kreativ-Szene der Region: Der Konzertsaal und die so genannte „Black Box“ bieten Platz für bis zu 570 Besucher und lassen sich erstklassig für Tanz- und Showeinlagen nutzen.

Während die Popmusik eine neue Seite im Bochumer akademischen Angebot aufschlägt, hat die Schauspiel-Ausbildung der Folkwang-Universität in Bochum bereits eine Jahrzehnte währende Tradition. Die Schauspielschule war immer eng mit dem Schauspielhaus verbunden – und wurde erst kürzlich durch den Zusammenschluss mit der bis dahin benachbarten Essener Folkwang-



Beirätin Anke Engelke mit Institutsdirektor Hans Nieswandt vor Kameras und Mikrofonen
Foto © Heike Kandalowski/Folkwang-Universität

Schauspielausbildung gestärkt. Derzeit werden in Bochum 60 Studierende in den Studiengängen Schauspiel sowie Schauspiel/Regie ausgebildet.

MARKEN-PROFIS

Wenn der Münchener Bauinvestor Schörrgruber in Berlin ein Wegweisend neues Einkaufszentrum plant – wer ist dann für das Markenbild, das „Branding“ über optische Signale verantwortlich? Es ist eine über die Grenzen erfolgreiche Agentur aus Bochum. „Gregor & Strozik Visual Identity“ lautet der Name. Inzwischen 25 Kreative arbeiten dort.

Vier Jahre lang hat die Agentur am Bild von „Bikini Berlin“, der „Concept Mall“ unmittelbar neben der Gedächtniskirche im westlichen Zentrum der Hauptstadt gemeißelt. Beteiligt an dem kreativen „Rundumschlag“ waren Architekten und Illustratoren, Art Directors, Kaufleute und Texter. Eine besondere Erwähnung beim „Deutschen Designpreis 2014“ und der „Red Dot Award 2011“ sind nur zwei der Aus-

zeichnungen fürs Bochumer Gesamtkunstwerk.

„Es gibt nur wenige, die wie wir seit 15 Jahren ein interdisziplinäres Gesamtpaket anbieten“, sagt Thorsten Strozik, alleiniger Geschäftsführer von „gsvi“. Was dazu gehört: „Wir unterstützen unsere Kunden mit strategischem Rat, begleiten ihre Projekte mit der Gestaltung von PR-Events und allen notwendigen Medien, wir reden mit bei der Ausgestaltung am Standort. In Berlin gab es u.a. auch mehrere namhafte Schirmherren, darunter der Regierende Bürgermeister Wowereit.“ „Bikini“ hatte zur Folge, dass die Bochumer Agentur in Berlin ihre erste Dependence eröffnete – „einfach, um nahe am Puls der Hauptstadt zu sein“, sagt Strozik. Doch das ist kein Richtungswechsel: „Unser Brot verdienen wir weiterhin in

Bochum“, betont Thorsten Strozik. „Hier genießen wir die Nähe einer kreativen Szene, hier in der Umgebung gibt es so viele Wirtschaftsunternehmen, dass sich der Standort auf jeden Fall lohnt.“

Marken wie Aral und BP gehören seit Jahren zum Kundenstamm, die Toyota-Bank ebenso wie kürzlich die Kette „Jacques“ Weindepot“ arbeiten mit gsvi – „und die Bochumer Privatbrauerei Fiege liegt uns besonders am Herzen.“

MUSIK & TEXT

Dass der Bochumer Herbert Grönemeyer mit „Bochum“ seinen Erfolg begründete, weiß jeder. Dass die Bochumer Schallplatten- und Verlagsgesellschaft ROOF Music, 1978 vom jüngst verstorbenen

Bernd Kowalzik mit Partnern gegründet, Grönemeyers Start-Erfolge vorproduziert, verlegt und zur Industrie vermittelt hat, ist dagegen weniger bekannt. ROOF Music hat sich seither weiter entwickelt – zu einer Marke, die weit über das Ruhrgebiet hinaus wirkt. Zu denen, die mit den Bochumern arbeiten, gehört Götz Alsmann – ihm ist das Haus seit über 30 Jahren als Management, Verlag, Label und Booking-Agentur verbunden. Für Helge Schneider ist ROOF Verlag, Produktionsfirma und Label. Und die Tochter tacheles! hat sich unverzichtbar gemacht auf dem Markt der Hörbücher. Das erfolgreichste ist „Ich bin dann mal weg“ von Hape Kerkeling, das mit über 700.000 verkauften Exemplaren 3-fach Platinstatus erlangte. Unter den tacheles!-Sprechern finden sich NRW-Größen wie

Frank Goosen, Jochen Malmsheimer, Konrad Beikircher, Doktor Stratmann und die Missfits ebenso wie die künstlerische „Bundesliga“ mit Roger Willemsen, Bastian Pastewka, Christoph Waltz, Sven Regener, Matthias Brandt, Benjamin von Stuckrad-Barre oder Katharina Thalbach.

Auch wenn Berlin seit 2007 ein zweiter Standort für ROOF Music ist – Bochum bleibt Hauptsitz des Unternehmens, bekräftigt Kristine Meierling, die heutige Geschäftsführerin des Unternehmens: „Es ist ein Privileg, auf diesem traditionsreichen Areal, der Prinz-Regent-Straße 50-60, unter einem Dach mit den Bochumer Symphonikern, dem Schauspielhaus Bochum, dem Folkwang-Institut für Populäre Musik und dem Kultclub Zeche Bochum zu firmieren.“

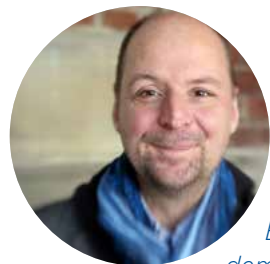
Foto: Philipp Wente

Bochumer Stimmen



„UniverCity Bochum zeigt, dass starke Netzwerke Motoren für Wandel sein können. In Bochum gestalten Hochschulen, Stadt und Zivilgesellschaft gemeinsam die Zukunft der Stadt als exzellenter Wissenschafts- und Bildungsstandort.“

Johanna Hüttner
PROJEKTBURO UNIVERCITY BOCHUM



„Wenn wir über Events nachdenken, haben wir das Ruhrgebiet und insbesondere Bochum immer auf dem Radar. Sei es als

Agenturpartner bei Urbanatix, Spotify, Bochum Total und der Evangelischen Kirche Deutschland oder als Koproduzent beim Zeltfestival Ruhr – Bochum hat seit langem den Humus und schafft das Umfeld für erfolgreiches, kreatives Wirtschaften.“

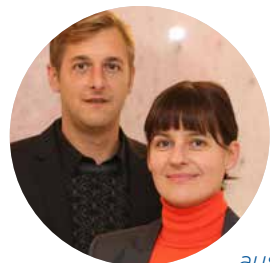
Heribert Reipöler
ZELTFESTIVAL



„Die Rotunde als Freiraum für Kulturschaffende reflektiert die kreativen Impulse der ganzen Stadt. Diese sind so vielseitig

und heterogen wie Bochum selbst. Vor allem aber lebendig und leidenschaftlich.“

Andreas Kellner
PROJEKTLITER ROTUNDE
(Alter Bochumer Hauptbahnhof)



„Der Rhythmus unserer Stadt macht einen Teil der Dynamik unserer Kreativität aus. Stetiger Wandel

als Quelle der Inspiration unserer Design-Konzepte im Großen sowie im Detail.“

Alexandra & Michael Steinert
DESIGNSTUDIO STEINERT



„Das Bermuda3Eck hat sich in über 30 Jahren zur größten und bekanntesten

Ausgang-Destination der Region entwickelt und ist die Keimzelle des Kreativ-Viertels Viktoriaquartier. Kreative suchen nicht nur bezahlbare Räume sondern vor allem auch spannende Orte des Austauschs und der kulturellen Begegnung. All das findet sich in und ums Bermuda3Eck wie an keinem zweiten Ort!“

Volker Brunswick
VORSTANDSMITGLIED ISG BERMUDA3ECK
GESCHÄFTSFÜHRER „VIVAMO“

Porträtfotos: Lutz Leitmann © Wifö Bochum