

«Backstage-Bereich ist für uns Tabu»

Brigitte Honegger, Produktionsleiterin im Hallenstadion Zürich, spricht über ihre Arbeit

Seit einigen Wochen besucht die Züri-Rundschau jene Menschen an ihrem Arbeitsplatz, die bei den Grossveranstaltungen des Zürcher Hallenstadions im Hintergrund die Fäden ziehen. Diesmal haben wir die Produktionsleiterin, Brigitte Honegger, getroffen.

Sie machen möglich, dass ein Millionenpublikum Jahr für Jahr spektakuläre Shows und Sportveranstaltungen miterleben kann. Brigitte Honegger ist als Produktionsleiterin verantwortlich, dass die Wünsche der Veranstalter realisiert werden.

Rund 20 verschiedene Layouts gibt es für die Gestaltung des riesigen Oerlikoner Hallenareals; je nachdem ob es sich um eine Konzert-, Show-, Sport- oder Firmenveranstaltung handelt. Vom Bühnenaufbau bis zu den Sitzplätzen, vom Bodenbelag bis zum Licht, von Catering bis zu den Garderoben: über alles weiss Brigitte Honegger Bescheid. Sie ist das «Bindeglied» zwischen Veranstaltern der grossen Events und der AG Hallenstadion.

Kein Glamour, harte Arbeit

«Ich weiss, was wir bieten können, sie (z.B. Good News Productions oder der ZSC) wissen, was ihre Künstler oder Athleten wollen. Wir tauschen uns aus und ich entwickle das Konzept, wen und was es von unserer Seite her braucht,



Brigitte Honegger, Produktionsleiterin AG Hallenstadion, im Korridor der Künstlergarderoben – dem Weg, der sämtliche Stars auf die Bühne führt.

damit der Anlass im Hallenstadion gelingt.» Glamour hat der Job der Tourismus-Fachfrau mit Diplom im Event-Management wenig. «Meistens sitze ich entweder im Büro am Telefon und Computer oder ich renne herum und versuche per Funk noch die 1000 kleinen Details zu organisieren, die nötig sind.» Das geht von einem zusätzlichen Tischchen für Gäste eines Corporate Events bis zu der Einrichtung der Garderobe für die Stars. Hautnahen Kontakt zu ihnen hat sie praktisch nie. „Der Backstage-Bereich ist für uns tabu. Die Pro-

duktionsfirma, welche die Künstler betreut, kommt mit deren Wünschen zu uns. Sie selber werden oft abgeschirmt durch Bodyguards und verschwinden nach der Show gerne sofort in ihr Hotel.“

Alle Hebel in Bewegung setzen

Brigitte Honeggers Klientel ist international, sie selber spricht Englisch, Französisch und Spanisch. Obwohl das ganze Team der AG Hallenstadion wegen der ständig wechselnden Veranstaltungen unter enormem Zeitdruck steht, ist die Arbeitsatmosphäre kolle-

ktual und aufgestellt. «Für mich das A und O beim Job», so Honegger, «wir arbeiten Hand in Hand und jeder gibt sein Bestes. Nur so können wir den erstklassigen Service und reibungslosen Ablauf garantieren, der sowohl von Veranstaltern als auch vom Publikum erwartet wird.»

Vom 13. bis 15. November 2009 geht im Hallenstadion «Ben Hur» über die Bühne. An der bombastischen Show mit Opern- und Musicaleslementen, die auf dem mehrfach Oscar-gekrönten Monumentalfilm mit Charlton Heston ba-

siert, wirken rund 300 Leute mit. Wagenlenker sollen wie in römischer Antike in das Stadion hereinpreschen und sich wilde Rennen liefern. Dies erfordert einen Ausbau der Hubtore, um den Gefährten genug Platz zu bieten. Für die Pferde entsteht ein spezielles Zelt, weil diese vor dem Auftritt eingerritten werden müssen. Die Eisfläche für das kurz zuvor stattfindende Hockeyspiel wird mit einem Isolationsboden und Plastikbelag zugedeckt, damit darauf eine Sandarena entstehen kann. Es braucht Catering und Garderoben für alle Beteiligten vor und hinter der Bühne, sowie Unterkunft für die Tiere (nebst Pferden sind das Adler, Tauben etc.).

Zuerst Hektik, dann ein atemberaubendes Spektakel

Produktionsleiterin Brigitte Honegger setzt alle Hebel in Bewegung, gibt Aufträge an ihre Kollegen vom Bühnenbau, Technik, Gastronomie und Sicherheit weiter. Zuschauerinnen und Zuschauer bekommen nichts von der Hektik im Vorfeld mit, wenn vor ihren Augen das atemberaubende Spektakel stattfindet. Denn sie sind diejenigen, die geniessen sollen. Und dafür tragen nicht nur die Stars auf der Bühne des Hallenstadions bei, sondern auch die Personen, die im Hintergrund tagtäglich ihr Bestes geben. Infos über nächste Events: www.hallenstadion.ch

Text: Ursula Burgherr

Christina Surer in Sand verewigt

Das Parkhaus Letzipark wurde feierlich eröffnet

Mit der offiziellen Eröffnung des renovierten Parkhauses ist die Umbauphase im Einkaufszentrum Letzipark abgeschlossen. Aus diesem Anlass war die Rennfahrerin Christina Surer vor Ort und weihte das Parkhaus feierlich ein.

Ausserdem verpasste sie ihrer Nachbildung aus Sand den letzten Schliff. Zusammen mit dem Grossmünster sind die Skulpturen der Weltmeister im Sandcarven noch bis zum 14. November zu sehen.

Neues Parkleitsystem

Die Umbauarbeiten im Einkaufszentrum Letzipark sind fertig. Als letzte Etappe wurde das renovierte Parkhaus eingeweiht. Dank

neuem Parkleitsystem und weiteren Massnahmen ist die Orientierung stark vereinfacht und Nutzer freundlich gestaltet. Zusammen mit Christina Surer eröffneten die Verantwortlichen feierlich das renovierte Gebäude und massen sich anschliessend mit der Rennfahrerin auf der Carrerabahn.

Beeindruckende Sandskulpturen

Weiteres Highlight des Abends waren die Sandskulpturen der Weltmeister im Sandcarven. Das Team von Sandcity bildete das Grossmünster nach und verewigte ausserdem Christina Surer im Sand. Diese legte selbst noch Hand an und verlieh ihrer Nachbildung persönlich den letzten Schliff.



Christina Surer zerschneidet das Eröffnungsband im Parkhaus Letzipark

Zürich gewinnt Sonderpreis für «Schau genau!»

Was für eine Ehre: Die Kampagne der Stadt Zürich heimst viel Lob ein

Grosse Anerkennung für «schau genau!»: Die Kampagne der Stadt Zürich gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen im Internet erhielt gestern von Bundesrat Moritz Leuenberger den begehrten Sonderpreis des Wettbewerbs «Ritter der Kommunikation».

«Sicherheit und Vertrauen» – so nennt sich der Sonderpreis, den das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) im Rahmen des Wettbewerbs «Ritter der Kommunikation» vergibt. Unter den Gewinnern dieser Auszeichnung befindet sich in diesem Jahr «schau genau!», die Aufklärungskampagne der Stadt Zürich gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen im Internet. Stellvertretend für die Stadt Zürich nahm Stadträtin Esther Maurer diesen Dienstag in Solothurn den mit 3000 Franken dotierten Preis von Bundesrat Moritz Leuenberger entgegen. Die Auszeichnung wird an Projekte verliehen, die einen sicheren Umgang mit den modernen Informations- und Kommunikationstechnologien fördern. «schau genau!» erhielt den Sonderpreis, da die Kampagne über die negativen Seiten des Internets informiert, ohne jedoch das Medium abzuwerten. «Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung und die damit verbundene Anerkennung»,

sagte Stadträtin Esther Maurer am Rande der Preisverleihung. «Weit wichtiger als der Preis ist jedoch, dass das Thema der Kampagne in der öffentlichen Wahrnehmung präsent bleibt. Und dies nicht nur in der Stadt Zürich, sondern in der gesamten Schweiz.»

Überzeugend und aufklärend

Der Wettbewerb «Ritter der Kommunikation» des BAKOM unter der Schirmherrschaft von Bundesrat Moritz Leuenberger wird seit 2001 durchgeführt. In diesem Jahr stellten sich insgesamt 38 Projekte dem Urteil der Jury, die sich aus namhaften Fachleuten der Bereiche ICT, Accessibility, Gleichstellung und Soziales zusammensetzte. Die Aufklärungskampagne der Stadt Zürich überzeugte dank ihren Leistungen rund um das Thema «Sicherheit für Kinder und Jugendliche im Internet»: Während bei der Hauptkampagne 2008 die Chatrooms im Vordergrund standen, wurden in der Folgekampagne 2009 auch Social Networks wie beispielsweise facebook berücksichtigt. In beiden Kampagnenphasen war es der Stadt Zürich ein Anliegen, Kinder, Jugendliche, Erziehungsberechtigte sowie die breite Öffentlichkeit auf die Risiken aufmerksam zu machen, denen sich Kinder und Jugendliche im Internet aussetzen. Die grosse Resonanz auf beide Kampagnenphasen zeigte, wie hoch das Auf-

klärungsbedürfnis in diesem Gebiet ist.

Übergreifendes Projektteam aus drei Departementen

Das Thema der Kampagne weist verschiedene Berührungspunkte zwischen Schule, Kinderschutz und Prävention sowie Informatik auf. Aus diesem Grund wurde die Aufklärungskampagne übergreifend gleich von drei Departementen durchgeführt. Das Projektteam bestand aus Vertretern des Polizeidepartements, des Schul- und Sportdepartements und des Finanzdepartements. Für die Konzeption und Umsetzung zeichnete die Zürcher Kommunikationsagentur The PR Factory verantwortlich.

«schau genau!» – eine Kampagne der Stadt Zürich

Als erste Stadt der Schweiz startete die Stadt Zürich im Jahr 2008 eine Kampagne gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Hauptkampagne von dauerte von Januar bis Mai 2008 und legte den Schwerpunkt auf Chatrooms. Die Folgekampagne thematisierte zusätzlich die Gefahren, denen sich Kinder und Jugendliche in Social Networks aussetzen. Die Kampagne umfasste u. a. Massnahmen wie Unterrichtsmaterialien für die Schulen, Informationsveranstaltungen für Erziehungsberechtigte sowie eine Plakatserie.