

Das Ensemble bei einem Auftritt im Bochumer Planetarium



Opera To Relax

Die Event-Branche sucht ständig nach neuen Ideen für ein Publikum, das schon alles kennt. Ein Publikum, dem man sämtliche Superlative geboten hat und das nun auf der Suche nach „leisen“ Veranstaltungen jenseits der Sensationen ist.

Desem Konzept folgt „Opera To Relax“. Martin Hoemberg, Gründer und Ensemble-Leiter, vergleicht das Erlebnis von „Opera To Relax“ mit Hochseesegeln: „Das ist eine relativ preiswerte Freizeitgestaltung, aber mit hoher Erlebnisqualität. Man kommt aus dem beruflichen Stress und muss auf hoher See einfach ab- und umschalten. Wie sehr man abgeschaltet hat, wird einem erst richtig bewusst, wenn man später wieder in den Alltag zurückgekehrt ist.“

Genau diese Art von Sensibilisierung will „Opera To Relax“ bei seinem Publikum mit ihren Konzerten erreichen. „Wir machen Kunst“, stellt Martin Hoemberg fest, „Minimalismus mit dem Leitmedium Sound und Musik, in Surround – wie auf dem Ozean.“ Unterstützt wird der „entschleunigende“ Minimalismus durch sparsame, aber raffinierte Lichteffekte, geheimnisvolle Projektionen und einen Hauch von Duft-Atmosphäre. Je nach Kunde wird der Event noch mit einer Gaumenfreude oder einer Tai-Chi-artigen Tanz-Performance gekrönt.

Wie sehr „Opera To Relax“ mit diesem Konzept im Trend der menschlichen

Wünsche liegt, zeigen die Studien von Trendforschern. Danach sind drei große Tendenzen auszumachen:

Drei Trends der menschlichen Wünsche

Trend Nummer eins basiert auf der Grundsehnsucht des Menschen nach dem Echten, Guten und Wahren. In unserer heutigen Zeit wird diese Sehnsucht durch den ständigen Einfluss des Neuen und den permanenten Wechsel unterdrückt. Die Sehnsucht nach authentischen, tiefen und echten Erfahrungen wächst.

Als zweiten Trend stellte sich die Ethik des Wenigen, die Tendenz zum Minimalismus heraus. Die Menschen versuchen, sich in einer Gesellschaft des Überflusses wieder auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Der dritte Trend, der sich aus den beiden anderen Erkenntnissen ergibt, ist nun ausschlaggebend für die Veranstaltungen. Für Martin Hoemberg steht fest, dass das Publikum Sinnlichkeit und Entspannung erleben möchte.

Mit „Opera To Relax“ möchte er konzentrierte Erlebniswelten schaffen, die sich tief in Körper und Geist einprägen, lange

präsent bleiben, und über die man noch lange erzählt. Der Kunde soll sich verwöhnen lassen, dabei seine Balance und einen Bezug zur eigenen Person finden. Der hohe, emotionale Wert ist es, der den Gast verzaubert und den Abend zu einem unvergesslichen Erlebnis werden lässt. Diesen Wünschen kann man nur durch inhaltlich definierte Kunst gerecht werden. „Man wagt das in Deutschland kaum so zu sagen: Die Klangkunst und die Musik, die wir machen, ist emotional – um nicht zu sagen: geil, denn wir haben Grooves, bei denen das Knie mitwippt und Ohrwurm-Melodien, die sich einschmeicheln“, beschreibt Martin Hoemberg seine Musik.

„Wir sind ein bisschen crazy und psychedelisch – aber Transparenz und Luftigkeit des Klangbilds stehen bei uns im Vordergrund. Und vor allen Dingen: Wir sind Lichtjahre abseits von aller Format-Musik“. Martin Hoemberg weiß wovon er spricht: Mit „Opera To Relax“ war er auf einer Compilation in den US New Age-Charts und mit dem komplizierten Song mehrfach auf Platz 1 von Apple iTunes/New Age. Vokalistin Veronika Langguth kann auf eine Zusammenarbeit mit George



Martin Hoemberg und Veronika Langguth, Protagonisten des Ensembles

Harrison zurückblicken. Ständiger Special Guest bei „Opera To Relax“ ist Rosko Gee, E-Bass, der unter anderem bei Can, Traffic und Al Di Meola spielte.

Minimalismus als Konzept

Bei dem Konzept, Minimalismus als Superlativ zu gestalten, ist der Veranstaltungsrahmen von entscheidender Bedeutung. Besonders geeignet für „Opera To Relax“-Konzerte sind funktionale Locations wie zum Beispiel Theater, Museen, ehemalige Industrie-Immobilien und Kirchen, Tropfsteinhöhlen oder Großplanetarien. Die visuelle Show in einem Planetarium, das reduzierte Licht und die

„astral-spacige“ Atmosphäre ergeben einen besonders stimmungsvollen Rahmen. Das Angebot von „Opera To Relax“ lässt sich in verschiedenen Event-Szenarien realisieren. Ein abendfüllendes Konzert eignet sich als öffentliche oder private Kulturveranstaltung. Für Firmen passt ein Konzert beispielsweise zu großen internen Anlässen. Kürzere Sets bieten sich als Rahmenprogramm für Konferenzen und Tagungen an, als Alternativ-Event zu größeren Produktpräsentationen oder als Aftershow-Darbietung.

Besonders interessant sind die Designer-Sounds aus der Umwelt des Kunden. „Umwelt“ kann z. B. die „Soundscape“

einer Firma sein: Wie klingen die Aufzüge? Welchen typischen Klängen begegnet man in der Empfangshalle, auf den Fluren, in der Cafeteria? Mit Live-Beiträgen kann daraus als Unikat ein „Corporate Concert“ entstehen, das den Mitarbeitern ihre Firma auf eine völlig neue Art nahe bringt.

Auf den ersten Blick scheinen „Opera To Relax“-Events durch ihre „Entschleunigung“ besonders für Wellness- und Gesundheitsanbieter sowie benachbarte Branchen geeignet zu sein. Letztlich sind sie aber mit jeder Unternehmens-Philosophie vereinbar. Event- und Markenstrategien aus dem „Opera To Relax Back Office“ entwickeln in Koproduktion mit den beauftragenden Unternehmen oder Event-Agenturen die passenden Stories dazu.

„Wir sehen sehr gute Aussichten für uns im internationalen Event-Bereich“, bewertet Martin Hoemberg die Zukunftsaussichten von „Opera To Relax“. „Wir waren einige Jahre weit vor dem so genannten Zeitgeist, nun sehe ich uns allmählich mitten drin.“

Text: Nicola Pfitzenreuter
Fotos: Opera To Relax

locationcinema



LOCATION: KINO!



Überall perfekt für Conventions & Events

Movie Events:

Große Gefühle mit Hollywoodflair – exklusiv für Ihre Gäste.

Betriebsversammlungen, Tagungen und Schulungen:

Kurzfristig zum günstigen Festpreis buchbar

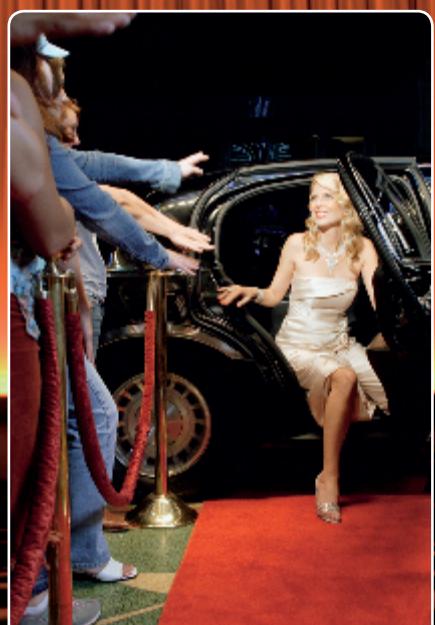
Roadshows:

Komfortable und stressfreie Umsetzung, deutschland- und europaweit.

LocationCinema:

Ihr bundesweiter Partner für Events im Kino:
Beratung, Locations, Filme, Technik, Catering ... bis hin zur Umsetzung vor Ort.

Nutzen Sie unsere Erfahrung aus über 2000 Veranstaltungen pro Jahr.
Sprechen Sie mit uns! Alles ist möglich.



DEUTSCHER SERVICE-PREIS

Preisträger 2005