

Kundendienst statt Selbstverwirklichung

Koblenz – Die Agentur I-Motion zählt zu den Marktführern bei Live-Veranstaltungen im Dance/Elektronik-Segment, doch sie ist in der Szene nicht so bekannt wie ihre Veranstaltungen Nature One oder Liberty One. Für musikwoche gab Geschäftsführer Nikolaus Schär zum zehnten Jubiläum von Nature One seine Zurückhaltung auf.

„Ich hatte anfangs das Image eines Schweizer Bankkaufmanns vom Typ bevorzugter Schwiegersohn“, scherzt Nikolaus Schär, der I-Motion 1994 als Ein-Mann-Firma gründete. Inzwischen beschäftigt die Firma 20 feste Mitarbeiter und zehn Freie. Wenn am letzten Juliwochenende unter dem Motto „The Golden 10“ die zehnte Ausgabe des Open-Air-Raves Nature One

Seitdem stieg die Besucherzahl konstant, 2003 kamen erstmals über 50.000 Raver. „Damit ist Nature One neben all den Rockveranstaltungen eines der erfolgreichsten Festivals überhaupt“, bekräftigt der I-Motion-Chef: „Wir wollen uns mit Festivals wie Nature One oder Liberty One nicht selbst verwirklichen, sondern verstehen uns als Dienstleister am Kunden. Wir fragen uns,

Motorola ist neuer Kooperationspartner neben Viva, Vodafone, X-Box oder New Yorker. „Unsere Erfolge basieren auf Teamarbeit“, bekräftigt Schär. „Alle sind mit Liebe und Leidenschaft bei der Sache und haben einen Blick für jedes noch so kleine Detail.“ So habe Rock am Ring ein bei Nature One eingeführtes System der Frischwasserversorgung übernommen. Problematisch seien hingegen die Gagen der DJ-Stars, die sich laut Schär in den vergangenen fünf Jahren verdoppelt hätten. „Unsere Obergrenze ist erreicht, und wir mussten auch Bookings ablehnen“, räumt er ein. Auch im Live-Elektronik-Bereich habe eine „Flurbereinigung“ stattgefunden. Obwohl auch neue Konzepte wie Ruhr In Love erfolgreich waren, habe I-Motion die Zahl der veranstalteten Events etwas reduziert und will sich in den kommenden Jahren der internationalen Expansion widmen. So seien Festivals in Ungarn, Polen und Tschechien geplant. „Aber auch in Deutschland sehe ich in dem Segment noch für viele Jahre Potenzial“, betont Schär.

Dietmar Schwenger



Teamplayer: Nikolaus Schär (hintere Reihe, 4.v.r.) hält sich auch beim Gruppenfoto mit dem I-Motion-Team bescheiden im Hintergrund

bei Kastellaun im Hunsrück über die Bühne geht, sorgen 1300 Personen für einen reibungslosen Ablauf des Festivals, das mit mehreren Mio. Euro Produktionskosten zu Buche schlägt. Dabei war es vor allem die Marketing-Ausrichtung, so Schär, die in einer „anfangs von Wildwuchs“ geprägten Szene den Erfolg gebracht habe. Bei der ersten Ausgabe von Nature One 1995 kamen 13.000 Zuschauer.

was die Leute wollen, obwohl wir inzwischen ganz vorsichtig auch eigene Trends setzen.“ So spielen in diesem Jahr Stars wie WestBam, Sven Väth oder Paul van Dyk auf den fünf Hauptbühnen; dazu kommen 16 von Clubs wie dem Tresor oder M1 gestaltete Bereiche, in denen auch Newcomer auflegen. Fest zu dem Event gehören die eigene Compilation und die Hymne, die bei Warner Strategic Marketing erschie-

 www.nature-one.de