

Das brachte die Veranstalter von German Hit Meeting auf die Idee, ein neues Forum zu schaffen. Mit diesem Event, das am 28. November 2006 seine Premiere feierte, soll der zunehmenden Popularität des Schlagers Rechnung getragen und den zahlreichen Künstlern, Discjockeys und Agenturen die Möglichkeit gegeben werden, sich der Öffentlichkeit als eine Einheit zu präsentieren. Als Location wurde eine der größten deutschen Diskotheken ausgewählt, der PRATER in Bochum.

Party im PRATER – ein Muss für alle Schlagerfans. BALLERMANN CHARTS präsentierte sich gemeinsam mit dem RIU Palace/Mallorca im Prater und die Elite der Deutschen Pop-Schlager war am Start.

Wie der Veranstalter des German Hit Meeting mitteilt, war die Resonanz aller Beteiligten, also von Ausstellern, Fachbesuchern, Gästen und Künstlern sehr positiv. Für die Premiere war man mit den ca. 1.200 Besuchern mehr als zufrieden. Daher wird auch im Jahr 2007 das



Auf dem German Hit Meeting 2006 präsentierten sich Veranstalter von Events und Parties, Unternehmen aus den Bereichen Disco-Ausstattung, Laser- und Showtechnik, Merchandising und Promotion-Artikel, Webdesigner, Getränkehersteller, die GEMA, der Berufsverband Discjockey e.V. sowie die Arche Noah – ein Kinderhospiz aus Gelsenkirchen. Die Messe richtete sich ausschließlich an Fachbesucher und DJs, die einen Nachweis über ihre aktive Tätigkeit als Resident DJ, Mobile DJ oder als sog. Freelance/Tour DJ vorweisen konnten. Ab 19.30 Uhr war Einlass für die große

German Hit Meeting wieder stattfinden. Wenn sich dieses Event weiter herumspricht, kann man mit Sicherheit auf steigende Besucherzahlen setzen. Das German Hit Meeting soll sich in den nächsten Jahren, wie das DJ Meeting auch, zu einer regelmäßigen Veranstaltung für die zahlreichen Schlagerfans und Fachbesucher etablieren. Die auftretenden Künstler haben ihre Teilnahme für das kommende Jahr bereits wieder zugesagt. Auch die Spendenaktion zu Gunsten des Kinderhospiz Arche Noah in Gelsenkirchen war ein Erfolg. Von jeder Eintrittskarte wurde 1



Euro an diese karikative Einrichtung gespendet. Außerdem fließt der Erlös der Tombola komplett an die Arche Noah. Innerhalb der nächsten Tage wird ein ansehnlicher Spendenscheck überreicht werden.

(www.germanhitmeeting.de)

Foto:

Andreas Muck, Bochum

ANS®-Leuchtkörper – traumhafte Lichtspiele in technischer Perfektion

Ob nun die konstante Feuerflamme eines „Zippo“, der illuminierte Tabakbeutel „Drum“, das erstrahlende „Marlboro“-Display im Wüstensand, das leuchtende Lotto-Emblem oder das Mini-Waylight „Drum“ - alles bekannte Markenzeichen, die von American Neons® lichttechnisch brillant umgesetzt wurden und zwar in dauerhafte Werbebotschaften als Neondisplays

Für AMERICAN NEONS® Geschäftsführer Christopher Sheldon ist die Darstellung des Markenzeichens nur ein Aspekt aus den unendlichen Möglichkeiten, die er für seine Auftraggeber ausarbeiten kann. Neon, das ist für ihn das einzige formbare, flexible Licht, das nur auf die richtige Idee wartet, um als passender Blickfang für den Kunden eingesetzt zu werden.

So entscheidet eben auch im Bereich der Licht- und Leuchtwerbung als erstes der optische Eindruck, der Wirkung hinterlässt. Das Team von AMERICAN NEONS® aus Münster hat es geschafft, mit seinen Neons traumhaft schöne Lichtspiele zu inszenieren. Kein dröhnendes Neon-Retro sondern futuristisch, ästhetisch, elegant und in Farben, die verzaubern und somit einen hohen Erinnerungswert erzielen. Doch in dieser Branche reicht die „schöne Verpackung“ allein nicht aus, denn die Kunden von Christopher Sheldon müssen oft mit problematischen Raumgegebenheiten, schwierigsten technischen Dekorations-Voraussetzungen arbeiten, oft unter Personalmangel den schnellstmöglichen Dekowechsel durchführen. Gerade für diese Anforderungen entwickelte AMERICAN NEONS® seine Produkte. Ob Neondisplays, Deko-Leuchtstäbe sowie die schon viel beachtete Neuheit „New Look Table Light“ (Tischlampe), alle Modelle dokumentieren die hohe Professionalität in Design, Technik und simpler Inbetriebnahme (Stecker rein – fertig).

Das Foto zeigt das ANS-Standteam auf der intertabac 2006 in Dortmund, (v.l.n.r.) Matthias Beste, Christopher Sheldon (GF), Christian Storp.

A row of various advertisements and posters. From left to right: 'PIRATEN NACHT Die Party mit dem Schlimm', 'Wild, Wild Mexican Party Bull Riding Schießstand', 'Anton', 'www.Gee.com Alle reden von Erlebnisgastronomie. WIR MACHEN SIE!', 'Capone', 'Erotik Moments', and 'Die Tropische Flirt Party vs. King Kong sucht weiße Frau'.