

G-MAS3



Marek Lieberberg holt die großen Stars aus Rock und Pop auf die Bühne – nach seinem ganz eigenem Stil.

FOTO: PFANNMÜLLER

Der Konzertboss

Marek Lieberberg betreibt die erfolgreichste Konzertagentur Europas. Sein Portfolio liest sich wie das Who is Who der Rockgeschichte. Er bereitet für Madonna, Bruce Springsteen, Pink Floyd, The Who und Sting eine Bühne. Mit „Rock am Ring“ veranstaltet der 61-Jährige Deutschlands größtes Musikfestival.

VON SUSANNE RÖHR

Es war seine Zeit, sagt er. Die Jahre, als Schüler keinen Mucks von sich gaben und junge Leute im Mief der 50er Jahre festhingen. Aufgewachsen in einem UN-Flüchtlingslager, trottete Marek Lieberberg tagein, tagaus zur Schule, erst im zerstörten Frankfurt, dann im englischen Brighton. Die Umstände waren die gleichen: Tristesse, Langeweile und vielerorts unterschwellige Aggression. Als Jude fühlte er sich im Nachkriegsdeutschland mit einem latenten Antisemitismus konfrontiert, in England als College-Schüler antideutschen Sentimenten ausgesetzt.

„Rockmusik stand in der Blüte. Alles schrie nach einer Konzertagentur“

Umso befreiender erschien ihm die Musik der Beatles. Alles war jung, frisch, wild – und vor allem anders als die Nachkriegswelt, in der Ausbrüche ins Vergnügen den Erwachsenen vorbehalten waren. Es galt als „Freiheit, eine Amateurband zu gründen, doch genau darin lag für mich der Reiz.“ In versifften Kellern und auf archaischen Musikanlagen – so erinnert sich Lieberberg – gelang es, selbst Teil dieser „Welt“ zu werden. Die Rockszene war für ihn ein „Befreiungsschlag, Musik eine Möglichkeit des Eskapismus. Sie gab mir die Möglichkeit, auf einem Feld zu agieren, das von niemandem kontrolliert schien.“ Von der Jugend wurde wenig Notiz genommen, weder in Werbung, Musik oder Film. „Es gab Jazz und Swing, und das war der Ausdruck der Vorväter, nicht der meiner Jugend.“

Vorwitzig und frech stellte sich Lieberberg mit seiner Band „Mike Lee & The Echos“ auf Kneipenbühnen, lebte sich als Sänger aus, veröffentlichte Platten mit den „Rangers“ und den „Trembles“. In Hessen waren sie eine Zeitlang jedes Wochenende unterwegs, später in Hamburg oder München. „Das waren damals Weltreisen.“ Natürlich gab es schulische Verpflichtungen neben der Musik. „Das ließ sich bis auf ein Mal vereinbaren. Um eine Gesangsanlage zu finanzieren, jobbte ich als Gepäckträger am Flughafen.“ Dann stand mein Klassenlehrer bei uns vor der

Tür und fragte meine Eltern, wo ihr Sohn die letzten drei Wochen war.“ Die Prioritäten verschoben sich mit dem Abitur und dem Soziologie-Studium in Frankfurt. Lieberberg beschloss, sich auf die Uni zu konzentrieren. „Ohne eine Träne zu vergießen, habe ich mich Neuem zugewandt. Musik machen war toll, aber ich kannte meine stimmliche Limitierung.“ Eine solide Ausbildung schien aussichtsreicher.

Lieberberg sieht sich selbst gern als vielseitigen Menschen: „Das Leben hat für mich keine Monostruktur, sondern besteht aus vielen Facetten.“ Die Aussicht auf eine journalistische Laufbahn führte zum Abbruch des Studiums. Das Volontariat bei einer Nachrichtenagentur mündete in eine Anstellung als Redakteur. Ende der Sechziger arbeitete er als Journalist in Frankfurt, Berlin und Bonn. Ein Kollege schuf die Verbindung zu „Lippmann und Rau“, einer Konzertagentur mit dem Fokus auf Jazz. „Dadurch ergab sich wieder Kontakt zur Musik, der ich durch meine journalistische Arbeit zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen wollte.“

„Ich versuchte Nachrichten über Tourneen zu platzieren, was sich als schwierig erwies, weil Rockkonzerte in dieser Zeit nicht relevant waren.“ Er konzipierte Programmhefte für Eric Clapton, Ray Charles und Wilson Pickett. „Ich hatte jedoch

bald die Schnauze voll von Lippmann und Rau, denn in meinen Augen hatten sie wenig Sinn für Rockmusik.“ Ende der Sechziger jobbte der freie Mitarbeiter für diverse Veranstalter. „Die Rockmusik stand in der Blüte, das Tourneegeschäft steckte jedoch in Kinderschuhen. Ich hatte viele Kontakte zu Künstlern geknüpft, und die Zeit war reif für mich, eine eigene Konzertagentur zu gründen.“

Anfang der Siebziger gründete sich „Mama Concerts“ mit Marcel Avram. „Mama verstand sich als Reaktion auf Lippmann und Rau. Das waren die alten Väter.“ In der ersten Pressemitteilung positionierte sich die junge Agentur. „Was Papa kann, kann Mama schon lange.“ Mit Deep Purple und The Who konnten sie sich gleich große Bands sichern. „Es herrschten damals noch andere Bedingungen im Musikgeschäft, alles lief über persönliche Beziehungen.“ Lieberberg lernte das Geschäft von der Pike auf: „Bei frühen Touren habe ich sogar Karten abgerissen, Anlagen aufgebaut, als Ordner fungiert. Es gab keine richtigen Konzerthallen, geschweige denn qualifizierte Ordnungskräfte oder Techniker.“ Die Branche lernte damals laufen. „Ich erinnere mich an Pink Floyd im Hamburger Audimax. Ein örtlicher Partner hatte den Kartensatz dreimal gedruckt. Es waren 5000 in einem 1500 Personen fassenden Auditorium, und 10.000 weitere beehrten Einfluss. Die Türen wurden mit Baumstämmen

aufgebrochen.“ Heute sei das nicht mehr vorstellbar. „Auch die Bands haben über die Stränge geschlagen. Es wurde wild gefeiert, Mädels wurden über Dächer in Hotels geschleust. Drogen gehörten zum Rock-Alltag. Für mich war das nichts, ich musste am nächsten Morgen wieder fit sein.“

Sein Erfolgsrezept? „Die chaotischen Anfänge lehrten mich, die Organisation zu perfektionieren. So kam ich einmal nach Stuttgart in eine Halle, wo die Bühne vergessen worden war. Konzerte fielen aus, weil Bands sich nicht über die Auftrittsreihenfolge einigen konnten.“ Zähigkeit und Erfahrungen zahlten sich aus: Weltstars wie Pink Floyd, Cat Stevens, Celine Dion, Metallica, Bruce Springsteen, Bryan Adams, Sting oder Madonna setzten auf das King-how von Lieberberg.

1986 erfolgte die Trennung von Marcel Avram. Seither firmiert Lieberberg unter eigenem Namen. „Ich bin Einzelgänger und habe meine spezifischen Vorstellungen.“ Im Alleingang präsentiert Lieberberg seit Jahrzehnten die Weltstars der Rock- und Popzene. 2006 organisierte die Marek Lieberberg Konzertagentur (MLK) fast 2000 Veranstaltungen. Darunter die Musikfestivals „Rock am Ring“ und „Rock im Park“. Zu ausverkauften Open Airs strömten 2006 rund 140.000 Fans. Er sagt über seine Prinzipien: „Viel-

leicht ist es schwieriger mit mir zu touren als mit anderen, weil ich einer der wenigen bin, der den Künstlern unbequeme Wahrheiten sagt. So habe ich schon Gruppen verloren. Ich habe mich nie als Wurmfortsatz der Künstler begriffen, sondern definiere mich über mich selbst.“ Dafür sucht er andere Felder, um sich zu verwirklichen. Kürzlich hat der Kunstsammler seine eigene Jean-Renoir-Retrospektive inszeniert. Gerade hat er Charles Bukowski wiederentdeckt („Hot Water Musik“) und beispielsweise dank „Così fan Tutte“ den Einstieg in die klassische Musik gefunden.

(„Ganz erstaunlich, denn Rock macht immun gegen Klassik.“)

Körperlichen Ausgleich bringen Schwimmen, Tennis und Joggen. Der 61-Jährige bewältigte den Inkapad in Peru. Wandern, Reisen, Lesen sind Hobbys, für die er sich Freiräume schafft. „Ein Limit fürs Aufhören habe ich mir nicht gesetzt.“ André, 26, einer der drei Lieberberg-Söhne, hat sich bei MLK eine Führungsposition erarbeitet. Er leitet das „Modern Rock Department“, bucht die Festivals. Er könnte sein Nachfolger werden. Denn irgendwann wird sich Marek Lieberberg wohl aus dem Geschäft zurückziehen und neuen Dingen zuwenden. „Es gibt eine Welt da draußen, die will ich entdecken.“ Monostruktur war noch nie sein Ding.



Superstars wie Madonna wird es bald eher nicht mehr geben. FOTO: WEA



Die Rolling Stones und der Konzertboss gehen getrennte Wege. FOTO: AP



Sting auf Solopfad. FOTO: AP



Pink Floyd in den Siebzigern. FOTO: OFF



Für Lieberberg der beste Live Act: Bruce Springsteen. FOTO: DDP

→ FRAGEBOGEN

Was sind die aktuellen Probleme in der Musikbranche?

„Wer ist noch bereit, in Talente zu investieren oder in Tourneen, wenn durch Piraterie im Internet das geistige Eigentum zum Nulltarif abgeschöpft wird – eine Art Sozialisierung der Musik. Gleichmaßen ist die Zahl der Veröffentlichungen nach wie vor viel zu hoch. Die Webmania führt zu einer Atomisierung der Szene.“

Welche Rolle spielt Musik für Jugendliche heutzutage?

„In den USA haben Erhebungen bei Jugendlichen bis zu 15 Jahren gezeigt, dass das Musikinteresse zweitrangig geworden ist. Ich vermute, dass es eine Verlagerung hin zu kleineren Konzerten geben wird. Stadionkonzerte werden die Ausnahme sein. Dort werden bestehende Sehgewohnheiten bedient, nur sitzen die Leute hier vor einem gigantischen Open Air-Bildschirm. Dieses Retortenerlebnis nennt man dann Public Viewing.“

Wird es künftig noch Superstars wie Madonna oder The Police geben?

„Eher nicht. Die Leute haben kein Langzeitgedächtnis mehr. Sie sind es gewohnt, permanent neue Eindrücke zu bekommen. Man geht immer zum Neusten über. Frisch, jung – das entspricht dem Hedonismus der Zeit. Bedingungslose Treue für eine Band ist ein Merkmal der Nachkriegszeit. Heutzutage reizt der Wechsel.“

Und die alten Stars?

„Die verpassen oft den Zeitpunkt aufzuhören – weil sonst unendliche Leere eintritt oder aus finanziellen Gründen.“ (Lieberberg zieht es vor, mit solchen Künstlern nicht mehr zu arbeiten. Die Stones und er gehen getrennte Wege.)

→ STECKBRIEF

Geboren 7. Mai 1946

Verheiratet, zwei erwachsene Söhne arbeiten ebenfalls im Musikgeschäft. André für MLK und Daniel für die Plattenfirma Universal Music, der zwölfjährige Benjamin ist noch Schüler.

Erfolgsgeschichte Die Agentur Lieberberg rangiert unter den Top 5 weltweit. 20 Mitarbeiter in Frankfurt und Berlin, 100 Millionen Euro Umsatz pro Jahr.

Lieblingkünstler Cat Stevens
Lieblingssong „The First Cut Is The Deepest“

Beeindruckendstes Konzert U2 in Dublin, Irland, auf der Pferderennbahn
Bester Live-Act Bruce Springsteen



Marek Lieberberg (r.) mit seiner Band „Rangers“ in den Sechzigern. FOTO: PRIVAT



1964, Lieberberg als junger Journalist vorm Wandel zum Konzertveranstalter: „Mit Schreiben war kaum Geld zu verdienen – und es langweilte.“ FOTO: PRIVAT