


Mittwoch, 17. März 2010 - 18:05



## **"Noch ist nicht aller Tage Abend" - Veranstalter Marek Lieberberg über die neue Strategie von Live Nation in Deutschland**



 Marek Lieberberg, Geschäftsführer der Marek Lieberberg Konzertagentur (Foto: MLK)

**Konzertveranstalter Marek Lieberberg, der über viele Jahre deutscher Partner von Live Nation war, äußert sich im Interview mit "Musikmarkt LIVE!" zum direkten Markteintritt des US-Konzerns und zu den Auswirkungen auf die Arbeit seiner Agentur.**

### ***Wie beurteilen Sie den Markteintritt von Live Nation mit einem eigenen deutschen Department?***

Der direkte Markteintritt von Live Nation ist vorläufig eher ein politisches Signal als ein Zeichen konzertwirtschaftlicher Kompetenz. Ein Fehdehandschuh wird Richtung

Eventim geworfen, um sich für bevorstehende Runden zu positionieren. Mit der Gründung einer eigenständigen Dependance ändert sich entgegen der Meinung mancher Branchenbeobachter jedoch wenig. Live Nation war bisher durch MLK absolut kompetent vertreten und hat darüber hinaus an dem überragenden Gesamtergebnis von MLK partizipiert. Die neue Allianz bietet nicht unbedingt optimale Voraussetzungen für eine Fortsetzung dieses Erfolges. Schon die ersten Projekte zeigen dies deutlich.

### ***Halten Sie es für möglich, dass Live Nation in Deutschland ohne das Ticketing-System von CTS Eventim agieren kann?***

Eventim hat eine hervorragende Plattform geschaffen, auf die sich das allgemeine Interesse der Konzertbesucher konzentriert. Dies bietet immense Vorteile, weil die Aufmerksamkeit gebündelt wird und alle relevanten Informationen so auf schnellstem Wege zum Konsumenten gelangen. Außerdem liefert Eventim ein optimales System mit größter Sicherheit und bestem Bedienungskomfort für Veranstalter und Kartenkäufer.

### ***Können andere Veranstalter vom Live-Nation-Markteintritt profitieren?***

Die Arbeitsweise von Live Nation sieht eigentlich keine Zusammenarbeit mit lokalen Veranstaltern vor. Insofern sind

die Hoffnungen einiger Marktteilnehmer, nunmehr berücksichtigt zu werden, völlig verfehlt. Live Nation per se ist eine geschlossene Gesellschaft, die wenig Raum für Außenstehende bietet. Deshalb muss man bei nüchterner Betrachtung von einer weiteren Konsolidierung des deutschen Musikgeschäfts ausgehen.

***Welche Auswirkungen hat die Beendigung der Zusammenarbeit mit Live Nation auf Ihre eigene Agentur?***

Die Marek Lieberberg Konzertagentur verfügt nach wie vor über ein einzigartiges Künstlerportfolio und ein breites Präsentationsspektrum. Live Nation hat in der Tat einige Highlights beigesteuert. Aber die überwiegende Zahl erfolgreicher Projekte wurde und wird auch in Zukunft unabhängig akquiriert. Depeche Mode, Bruce Springsteen, Michael Bublé, Linkin Park, The Killers oder "Lord Of The Dance", "Mamma Mia!", Mark Knopfler, Simply Red, um nur einige Beispiele zu nennen, und vor allem die Festivals "Rock am Ring" und "Rock im Park" dokumentieren eine Nachhaltigkeit, die ihresgleichen sucht. Immer wieder haben wir neue Brands, wie beispielsweise jüngst "Dinosaurier – Im Reich der Giganten", erfolgreich durchgesetzt.

***Wie würden Sie aktuell Ihr Verhältnis zum ehemaligen Partner Live Nation beschreiben?***

Die Zusammenarbeit mit Live Nation war vertrauensvoll, vielschichtig und äußerst erfolgreich. Mit unseren individuellen Konzepten konnten wir erhebliche Synergien beisteuern. Und noch ist nicht aller Tage Abend! "It's not over until the fat lady sings." Deshalb bemühen wir uns weiter um eine Deeskalation zwischen Eventim und Live Nation. Statt Dissonanzen in die öffentliche Arena zu tragen, sollten sich die Parteien endlich an einen Tisch setzen und mögliche Kompromisse ausloten. Dies betrachte ich als eine spannende Aufgabe für die nächsten Wochen und Monate.