

LEA: Dritte glamouröse Awardnacht in Hamburg

Wenn die „Strippenzieher“ des Showbusiness Preise kassieren und die Stars applaudieren

Die deutsche Veranstaltungsbranche prämiert ihre Besten – und die Scorpions, Udo Lindenberg, Jane Camerford, Smudo, Campino u. v. a. sagen „Danke“



In der Hamburger Color Line Arena wird am 11. März der rote Teppich für den wichtigsten Kultur- und Medienpreis der Hansestadt ausgelegt. Beim Live Entertainment Award (LEA) feiern Künstler und Prominenz die herausragenden Protagonisten des Showgeschäfts „made in Germany“. Hier heimsen die Strippenzieher hinter den Kulissen – Veranstalter, Künstlermanager, Konzertagenten und Location-Betreiber – die begehrten „Branchen-Oscars“ ein. Und die Stars dürfen applaudieren.

Die Veranstaltungsbranche floriert. Das Jahr 2007 sah die „Auferstehung der göttlichen Diva“ Barbara Streisand in Deutschland, das Comeback von Take That und der Smashing Pumpkins, die Premiere des Udo Jürgens-Musicals „Ich war noch niemals in New York“. Etwa 50 Millionen Besucher kauften über 120 Millionen Eintrittskarten – Rekordergebnis! Der Live-Boom scheint ungebrochen, Hallen und Arenen sind immer öfter ausverkauft. Der Konzertgänger verzichtet eher auf den Kauf eines Tonträgers als auf das hautnahe Bühnenerlebnis. Dennoch präsentiert sich beim LEA ein Wirtschaftszweig, der bei allen guten Vorzeichen nicht abhebt: Kostenexplosion, globale Konkurrenz und schwierige Rahmenbedingungen machen das Konzertgewerbe nicht automatisch zur „Gelddruckmaschine“.

Spätestens zur Preisverleihung in der Color Line Arena sind wirtschaftliche Belange vergessen: Stars und Promis wie Udo Lindenberg, Campino, Smudo, Stefan Raab, Atze Schröder oder Tim Mälzer flanieren mit Jane Camerford (Texas Lightning), Christina Stürmer und Ute Freudenberg über die rote Auslegware. Macher und Manager der Stars sonnen sich mit im Blitzlichtgewitter – oder suchen gewohnheitsmäßig nach dem Hintereingang. Angesagt für die glamouröse Award-Gala haben sich die „Scorpions“ Klaus Meine und Rudolf Schenker, die Frontmänner von Seefeld und die Poprocker von Revolverheld, Comedian Hans-Werner Olm, Patrick Nuo, Heinz Rudolf Kunze, Oli P. (alias Oliver Petzokat), Jürgen Drews und als Ehrengast GEMA-Chef Harald Heker. Unter den Veranstalter- und Managergrößen tauchen die englische Promoterlegende Carl Leighton-Pope, André Lieberberg (Rock am Ring, Grönemeyer), Peter Schwenkow (Barbara Streisand), Töne Stallmeyer (Mario Barth) oder Benjamin Ebel (Tokio Hotel) auf. Weitere prominente Namen und Gesichter werden erwartet.

Strengstens verboten beim Live Entertainment-Preis: Musik vom Playback. Norwegens Shootingstar Maria Mena („You’re The Only One“, „Just Hold Me“) präsentiert sich im Showprogramm ebenso ohne Einspielung „aus der Dose“ wie Österreichs Pop-Aushängeschild Christina Stürmer, die – nach dem Nummer 1-Album „Lebe lauter“ – nun ihre noch unveröffentlichte Single „Träume Lebe Ewig“ erstmals vorstellt. Außerdem lädt Moderator und TV-Star Götz Alsmann („Zimmer frei“) die deutsche Rock-Hoffnung Madsen zum „Vorspiel“. Das energiegeladene Quintett aus dem Wendland gewann im Publikumsvoting der Entertainment-Zeitschrift „event“ den Preis als „Clubkünstler des Jahres“, den einzigen LEA, über den bereits vor der Verleihung entschieden wurde. Für weitere Live-Töne werden der holländische Musik-Comedian Hans Liberg und das zeitlos swingende Pasadena Roof Orchestra sorgen.

14 LEAs für die Macher der Branche, 600 Veranstaltungen in der Wertung

Insgesamt 14 LEAs gehen an die Jahresbesten der Branche. Mit Spannung erwartet wird die Juryentscheidung in der Kategorie „Hallen-/Arena-Tournee“, in der die Mega-Shows von Justin Timberlake und Take That auf kleiner dimensionierte deutsche Produktionen treffen: die „Fornika“-Konzerte der Fantastischen Vier und die unkonventionelle, romantische

P
R
E
S
S
E
·
I
N
F
O

28.02.08

„Schlösser-Tour“ der Prinzen. Neben Preisen an die Macher von erfolgreich durchgeführten und vom Publikum gefeierten Festivals, Shows und Einzelveranstaltungen werden herausragende Leistungen von Promotern, Künstlermanagern und Konzertagenten ausgezeichnet und eine besondere Nachwuchsförderung gewürdigt. In der „Königsklasse“ geht der LEA an ein Lebenswerk im deutschen Showgeschäft.

Knapp 600 Veranstaltungen haben die LEA-Juroren 2007 besucht und bewertet. Das Spektrum reichte vom Popkonzert, Musical, Klassik-Event und Family Entertainment über zirkensische Events, Comedyshows und Kleinkunstdarbietungen bis hin zu Pferdegalas und dem Berliner Feuerwerker-World-Championat „Pyronale“. Das Augen- und Ohrenmerk der Fachjury aus renommierten Musikjournalisten galt neben der künstlerischen Performance den technischen und atmosphärischen Details einer Produktion, der Eignung und Qualität der Location, der Werbung und Medienpromotion, dem Publikumsecho und den Rahmenbedingungen des Events.

Den besten Job in der langen Awardnacht hat wieder einmal die „Schönste der Schönen“: Götz Alsmanns Assistentin Kim-Valerie Voigt, frisch gebackene „Miss Germany 2008“ aus Hannover, überreicht gemeinsam mit den prominenten Laudatoren die 3,5 Kilogramm schweren, massiv-bronzenen LEA-Trophäen, denen der Designer den stilisierten Look klassischer Eintrittskarten mit Abrisseck gegeben hat. Moderator Alsmann, selbst Preisträger der „Goldenen Stimmgabel“ und „Klavierspieler des Jahres“, ist wieder Chef in der Arena – bereit, wie in den Vorjahren mit kesser Lippe Spitzen auf das Showbusiness und das Klassentreffen der Branche abzufeuern und musikalische Einlagen zu liefern.

Wirtschaftsfaktor Live-Entertainment: die „Umsatzkönige“

Anders als die Tonträger- und Filmwirtschaft, die mit ECHO und LOLA seit Jahrzehnten publikumsträchtige Awards durchführen, hat das deutsche Veranstaltungsgewerbe diese Form der Öffentlichkeitsarbeit lange ignoriert. Als Wirtschaftsfaktor und in den Umsatzzahlen hat die Live-Branche die anderen Kulturbereiche längst abgehängt. Addiert man die Ticketumsätze (knapp vier Milliarden Euro im Jahr 2007), ist die ökonomische Bedeutung der Live-Veranstaltungen aktuell doppelt so hoch wie die der anderen Entertainment-Märkte Tonträger/Musik-Downloads, Software/Games oder Video.

Doch erst mit einem Projekt wie dem Live Entertainment Award hat die Veranstaltungsindustrie zu einer einheitlichen Stoßrichtung gefunden. „Rund 1000 Unternehmen, die sich im Haifischbecken des Showbusiness einen rigorosen Wettbewerb liefern, verstehen sich heute mehr und mehr als Teil eines Ganzen“, erklärt LEA-Geschäftsführer Jens Michow. Glücklicherweise macht den Hamburger Initiator und Motor des Preises vor allem, dass die beiden großen Interessengemeinschaften der Branche – der von Michow präsidierte Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft (idkv) und der Verband der Deutschen Konzertdirektionen (VDKD) mit seinem Vorsitzenden Michael Russ – bei der Durchführung der Preisverleihung nun zum zweiten Mal „an einem Strang ziehen“ und den Award gemeinsam mit dem Branchenmagazin „musikmarkt LIVE!“ veranstalten.

Werbewirkung und Image erwarten die zahlreichen Sponsoren des LEA. Ohne ihre Finanzspritzen und Sach- und Dienstleistungen wäre die Preisverleihung nicht realisierbar, zumal nach dem Umzug der Veranstaltung von den Fliegenden Bauten am Hamburger Millerntor in die Color Line Arena. Als Hauptsponsoren treten die AVL WORLD (eine Plattform für Veranstaltungstechnik und -personal) und der Automobilhersteller Audi auf, der auch den V.I.P.-Shuttle-Service stellt, sowie die Biermarke „Duckstein“ und das Modeunternehmen New Yorker, das zudem als „Pate“ für den LEA-Publikumspreis in Erscheinung tritt. Die Color Line Arena präsentiert als Veranstaltungsort die Auszeichnung für die „Nachwuchsförderung des Jahres“ und knüpft daran die Hoffnung auf nachrückende Live-Stars in der modernen Multifunktionshalle.

Der Live Entertainment Award aus Hamburger Sicht:

LEA: Wichtigster Medienpreis bleibt an der Elbe und vergrößert sich

Eine Preisverleihung wird erwachsen und immer attraktiver für Standort und Sponsoren



Im Wettstreit um große Medienevents hält Hamburg Anschluss: Mit Unterstützung der Hansestadt und zahlreicher Sponsoren findet der Live Entertainment Award (LEA) am 11. März zum dritten Mal an der Elbe statt. Allerdings machte das gewachsene Renommee des Preises der deutschen Veranstaltungswirtschaft und erhöhte Ticketnachfrage den Umzug der Veranstaltung aus den Fliegenden Bauten, Austragungsort in den beiden Vorjahren, in die Color Line Arena notwendig.

Deutsche Großstädte buhlen um öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen. Auch die Hansestadt fördert verstärkt wichtige Events, nachdem der Fernsehpreis „Bambi“ abwanderte, sucht Antworten auf etablierte Ereignisse wie den ECHO und den Deutschen Filmpreis, in deren Glanz Berlin schwelgen darf. „Wir fühlen uns in Hamburg zu Hause“, versichert LEA-Chef Jens Michow, der auch als Präsident des Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft fungiert. „Für diesen Standort haben wir ein langfristiges Konzept.“

Michow kann zwar Kritik an Sinn und Zweck von Preisverleihungen und deren Förderung verstehen, andererseits verweist er darauf, dass der Wettbewerb der Wirtschaftregionen um Wachstum und Investitionen längst auch mit dem Mittel medienwirksamer Events ausgetragen werde. „Solche Veranstaltungen entfalten Werbewirkung für den Standort, generieren Wirtschaftsvolumen und helfen, Arbeitsplätze zu sichern und zu schaffen.“ Dass der LEA die öffentliche Unterstützung verdient, daran lässt Michow keinen Zweifel: „Die Präsenz von 60 Nominierten und Preisträgern, von über 300 Veranstaltern, Künstlermanagern, Konzertagenten und Spielstättenbetreibern, mehr als 50 Vertretern von TV- und Pressemedien und natürlich zahlreichen V.I.P.s aus dem gesamten Bereich der Kulturwirtschaft haben dem LEA bereits jetzt den Platz als wichtigste Medienveranstaltung der Stadt Hamburg beschert.“

Werbewirkung und Image erwarten auch die zahlreichen Sponsoren des Award. Ohne ihre Finanzspritzen und Sach- und Dienstleistungen wäre die Preisverleihung nicht realisierbar, zumal nach dem Umzug in die Color Line Arena. Als Hauptsponsoren treten die AVL WORLD (eine Plattform für Veranstaltungstechnik und -personal) und der Automobilhersteller Audi auf, der auch den V.I.P.-Shuttle-Service stellt, sowie die Biermarke „Duckstein“ und das Modeunternehmen New Yorker, das zudem als „Pate“ für den LEA-Publikumspreis in Erscheinung tritt. Die Color Line Arena präsentiert als Veranstaltungsort die Auszeichnung für die „Nachwuchsförderung des Jahres“ und knüpft daran die Hoffnung auf nachrückende Live-Stars in der modernen Multifunktionshalle.

LEA-Initiator Jens Michow weiß: „Nach der Messlatte, die der LEA mit seinen beiden Vorläuferveranstaltungen vorgelegt hat, sind die Erwartungen der Besucher, aber auch die der Sponsoren, an Ausgabe drei besonders hoch.“

Pressemitteilung herausgegeben vom:

LEA-Organisationsbüro, Fon +49 (0)40 – 41 30 55 05, Fax +49 (0)40 – 46 88 14 17
lea@lea-award.de · www.lea-award.de

P
R
E
S
S
E
·
I
N
F
O

28.02.08