

Blick über den Tellerrand

Stars für Events

Wer jemals in einer Veranstaltung feststellen musste, dass der groß angekündigte Keynote Speaker ein Langweiler ist, oder wer während eines Kunden-Events die schrägen Töne einer drittklassigen Combo ertragen musste, weiß beziehungsweise ahnt, wie schwierig es ist, gute Entertainer zu gewinnen. Der Talent Buyer, Stefan Lohmann, berichtet von seinen Erfahrungen.



Stefan Lohmann
(Foto: Lohmann)

Internationale Stars für Veranstaltungen von Unternehmen zu engagieren, ist oft schwierig und teuer. „Viele Eventagenturen wickeln die Buchung von Künstlern ab wie den Einkauf einer Ware“, sagt der international tätige „Talent Buyer“ Stefan Lohmann. Er warnt davor, unerfahrenes Personal mit der Buchung international bekannter Künstler zu beauftragen. Eine wichtige Rolle spielen bei der Arbeit eines Talent Buyers außerdem die genaue Kenntnis des Marktes, die unabhängige Beratung beim Veranstaltungskonzept und Transparenz beim Preis.



Künstler sind keine Maschinen, zum Glück!

Ich habe viele Jahre lang Künstler exklusiv vertreten und als Künstlervermittler gearbeitet, und wenn man Anfragen von Auszubildenden bekommt mit der Vorstellung, „Bon Jovi müsste doch froh sein, bei uns auftreten zu dürfen, dann muss sich die Agentur darüber klar sein, dass die Außenwirkung entsprechend ist“, sagt Stefan Lohmann. Wer ernst genommen werden und einen Imageschaden vermeiden wolle, müsse professioneller vorgehen, betont er. Die Buchung wirklicher Stars verlange „Fingerspitzengefühl und Erfahrung“. Internationale Stars sind allenfalls oft nur mit einer

sehr attraktiven Gage zu locken. Ihre lapidare Reaktion auf eine Anfrage bestehe oft nur in der knappen Aufforderung: „Mach mir ein Angebot!“, erzählt Lohmann. Unsicherheiten des potenziellen Auftraggebers bei Terminfragen und Fragen zum Budget interessieren die Vertreter der Stars naturgemäß nicht.

GRUNDSÄTZLICH SEIEN DIE CHANCEN, Musiker wie Joe Cocker oder Nelly Furtado für einen Auftritt bei einem Unternehmens-Event zu gewinnen, sehr unterschiedlich. Manche Bands seien beispielsweise bereit, während einer Tournee einen Auftritt bei einem Event einzuschieben, wenn sich eine Gelegenheit dazu bietet, erklärt Lohmann. Andere lehnten dies grundsätzlich ab. Ein Spezialist kann also eine Vorauswahl von Künstlern treffen, die zur Veranstaltung passen, und so Zeit und Geld sparen. „Nicht jeder Künstler macht jede Art von Veranstaltung – da spielt dann auch das Budget keine Rolle“, stellt Lohmann fest. Natürlich kommt es auch auf die Persönlichkeit des Künstlers an. „Manche sind ganz einfach und umgänglich, manche wollen dagegen die Garderobe in einer bestimmten Farbe, manche lassen sich schwer in eine Gesamtproduktion einbinden, manche bringen sogar eigene kreative Ideen ins Konzept mit ein“, erzählt Lohmann.

Es gehe darum, einerseits Verständnis für die Situation des Künstlers aufzubringen, ohne andererseits das Projekt insgesamt zu vernachlässigen oder zu gefährden. Große Pro-

duktionen seien an streng vorgegebene Zeitabläufe gebunden, an die sich auch der Künstler halten müsse. Allerdings müsse der Ablauf auch sinnvoll geplant werden. „Eine Anreise aus den USA und ein Auftritt noch am gleichen Tag wird wohl eher schwierig werden. Es lohnt sich darauf zu achten, dass es dem Künstler gut geht und er sich auf seinen Auftritt bestmöglich vorbereiten kann. Nur dann bekommt man auch eine sehr gute Show geboten“, fasst Lohmann zusammen.

DEM TALENT BUYER GEHT ES IMMER um einen Ausgleich zwischen den Interessen des buchenden Unternehmens und denen des Künstlers im Dienste einer optimalen Veranstaltung. Manche Independent-Musiker gäben sich zum Beispiel sehr exzentrisch und antimaterialistisch, was vielleicht nicht unbedingt zu einem Event für Bankmanager passe, erläutert Lohmann. Andere seien nur als Hauptattraktion am Abend einsetzbar, aber keinesfalls zur Überbrückung des Programms in der Mittagszeit.

„Künstlersozialkasse“, „Ausländersteuer“? – Wer einen Künstler buchen will, muss auch einige rechtliche Besonderheiten beachten: Welche Beiträge zur Künstlersozialkasse (KSK) sind beispielsweise zu entrichten? Wann fällt die sogenannte „Ausländersteuer“ an? Auch die Koordination der „Gewerke“ rund um den Auftritt des Künstlers ist durchaus komplex und umfasst etwa Technik, Shuttleservice, Personenschützer und die Betreuung der Pres-

se. Der Talent Buyer ist oft eng in den Produktionsprozess des Events eingebunden. Er unterstützt Konzeptioner bei ihrer kreativen Arbeit und entlastet die Projektleiter bei der Umsetzung. „Bei einigen meiner Kunden übernehme ich die komplette Abwicklung – bei anderen Teilbereiche“, erläutert Lohmann.

AUCH ZWISCHEN EXKLUSIVAGENTUREN und Tourneeveranstaltern muss unterschieden werden. „Exklusivagenturen vertreten einen oder mehrere Künstler. Sie sind aber nicht daran interessiert, den bestmöglichen Künstler für die jeweilige Veranstaltung zu buchen, sondern wollen in erster Linie ihre eigenen vermarkten“, stellt Lohmann fest. „Allerdings kann es auch sein, dass eine Agentur den Künstler nur für ein Jahr vertritt oder als Tourneeveranstalter nur für eine Tour. Künstler wechseln zudem auch häufiger das Management. Ich sehe es als meine Aufgabe an, den Markt für meine Klienten zu beobachten und zu wissen, wer gerade mit wem zusammenarbeitet oder vielleicht zurzeit auf Tour ist. Auch das Entdecken von neuen Künstlern und das Sichten von neuen Produktionen gehört zu meinen Aufgaben.“ Bei der Beziehung des Talent Buyers zu seinen Kunden geht es vor allem auch um Transparenz. „Künstlerbooking ist Vertrauenssache. Mein Ziel ist es, mit mei-



Mike & The Mechanics bei einem Live-Auftritt.

nen Kunden langfristig zusammenzuarbeiten und Veranstaltungen über Jahre zu begleiten. Dies erleichtert auch die Suche nach geeigneten Talenten“, erklärt Lohmann.

Gerade die kreative Mitarbeit an der Veranstaltungskonzeption verleiht der Arbeit eines Talent Buyers ihren Reiz. Im Gegensatz zu Künstlervermittlern tritt Talent Buyer Stefan Lohmann nicht als eigenständiger Händler auf, der die Leistung des Künstlers einkauft und wieder verkauft. Vielmehr kauft er im Namen seiner Kunden die Künstler beziehungsweise Produktionen ein. „Der Kunde erhält Einsicht in die Kosten und einen Partner an seiner Seite, mit dem er offen reden kann. Und die Vorteile, die durch den zentralisierten Entertainment-Einkauf entstehen, kommen jedem Kunden direkt zugute.“ Der Talent Buyer ist im Gegensatz zum Manager unabhängig vom Künstler und vertritt die Interessen der Eventagentur beziehungsweise des Veranstalters.



Mike & The Mechanics zusammen mit Stefan Lohmann und Andi Schwantner von der Kronenzeitung; v.l.n.r.: Tim Howar, Stefan Lohmann, Andrew Roachford, Andi Schwantner (Kronenzeitung), Mike Rutherford (Fotos: Markus Wenzel/Kronenzeitung)

Der Autor

Dr. Florian Grimm, Journalist