



## “500 Konzerte ausverkaufen”

**Kick Off: Förderprogramm Live Music Accelerator Berlin (LMAB) geht mit ambitionierten Zielen an den Start.**

---

“500 Konzerte werden wir bis nächstes Jahr fördern. Und ausverkaufen.”, stimmt Marcus Rüssel, CEO und Gründer der Berliner Booking und Artist Discovery Plattform [gigmit.com](http://gigmit.com) und strategische Projektleitung beim LMAB die Teilnehmer auf das ambitionierte Projekt ein. Sie werden in den kommenden Monaten an einem Promo-Strang ziehen und das Innovationspotenzial digitaler Konzertwerbung erschließen.

Knapp 150 geladene Gäste kamen am 17. Juli 2018 zum LMAB Kick Off in den Berliner Fluxbau. Die teilnehmenden Artists und VeranstalterInnen begegneten sich auf der Terrasse an der Spree zu Regenbogen, Sonnenuntergang und Netzwerk-Drinks als Gleichgesinnte, mit den gleichen Problemen: eine blühende Live-Landschaft ist abhängig von ausreichend Publikum.

“Nicht die Qualität ist in Berlin das Problem, sondern die Wahrnehmung von Livemusik.”, sagt Marcus Rüssel und bietet mit LMAB Projektleiterin Sabine Jungheinrich smartes Digitalmarketing als Lösung an. Unter den über 4.500 auf der Plattform registrierten Berliner Artists hatte gigmit Handlungsbedarf analysiert. “Unser Büro ist hier, wir leben hier und unser Herz schlägt für Berlin. Die Berliner Musikkultur ist unser Potenzial!” LMAB wird den ausgesuchten Berliner Kulturschaffenden nachhaltiges Wissen um intelligente Online-Promo vermitteln und stellt zudem für jede/n Werbebudget von mindestens 100€ pro Konzert zur Verfügung, um das Gelernte zu erproben und umsetzen zu können.

Die Projektpartner, die Rüssel stolz vorstellt, sind sich einig in der Notwendigkeit der Nachwuchsförderung, die zu mehr Diversität in der Bundeshauptstadt führt. Allen voran Jazz-Liebhaber Dr. Klaus Zemke, Managing Director bei Ticketmaster, der im LMAB eine substantielle Aktion gegen das Clubsterben sieht. Für die inhaltliche Gestaltung des Programms konnte die Berliner Agentur ag-prop gewonnen werden. Ihr Gründer Felix Schramm formuliert die Gewissensfrage professioneller Marketingberatung: “Vermarkten wir weiter, was ohnehin schon funktioniert oder wollen wir uns auch kleineren Themen widmen?” Oft fände man einen Künstler zwar spannend, könne aber allein aufgrund des Tagessatzes nicht mit ihm arbeiten. LMAB ermöglicht hier nun Hilfe zur Selbsthilfe. Dass insbesondere die Digitalisierung in diesem Feld vorangetrieben werden muss, betont Tim Joppien von der Berlin Music Commission (BMC) und ist wie Melanie Seifart von der Kreativwirtschaftsberatung Berlin dankbar für die notwendigen Finanzmittel der Berliner Senatsverwaltung, die in der Kultur landen.

Kofinanziert wird LMAB aus den Mitteln der Europäischen Union (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung) im Programm “Innovationspotenzial der Kultur stärken” (INP II) der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa. Initiator der Förderinitiative ist gigmit, der Hauptsponsor ist Ticketmaster. Das Projekt wird ferner freundlich unterstützt von FluxFM, Shure, fritz-kola, Clubcommission Berlin, Berlin Music Commission, Berlin Sessions, Kreativwirtschaftsberatung Berlin und nhow Berlin.

Das Workshop-Programm startet im August. Bewerben konnten sich bis zuletzt alle Berliner Artists und VeranstalterInnen. Ende 2019 werden dann die Projektergebnisse als Handlungsempfehlungen für erfolgreiches Eventmarketing veröffentlicht.

**Weiterführende Informationen:** [www.livemusic.berlin](http://www.livemusic.berlin) | [www.gigmit.com](http://www.gigmit.com)  
**Pressematerial:** [www.livemusic.berlin/press](http://www.livemusic.berlin/press)  
**Kontakt:** Lena Engeln | [press@livemusic.berlin](mailto:press@livemusic.berlin)