



3 mal mehr Zusagen für Live Events

Förderinitiative für Digitalmarketing präsentiert Ergebnisse

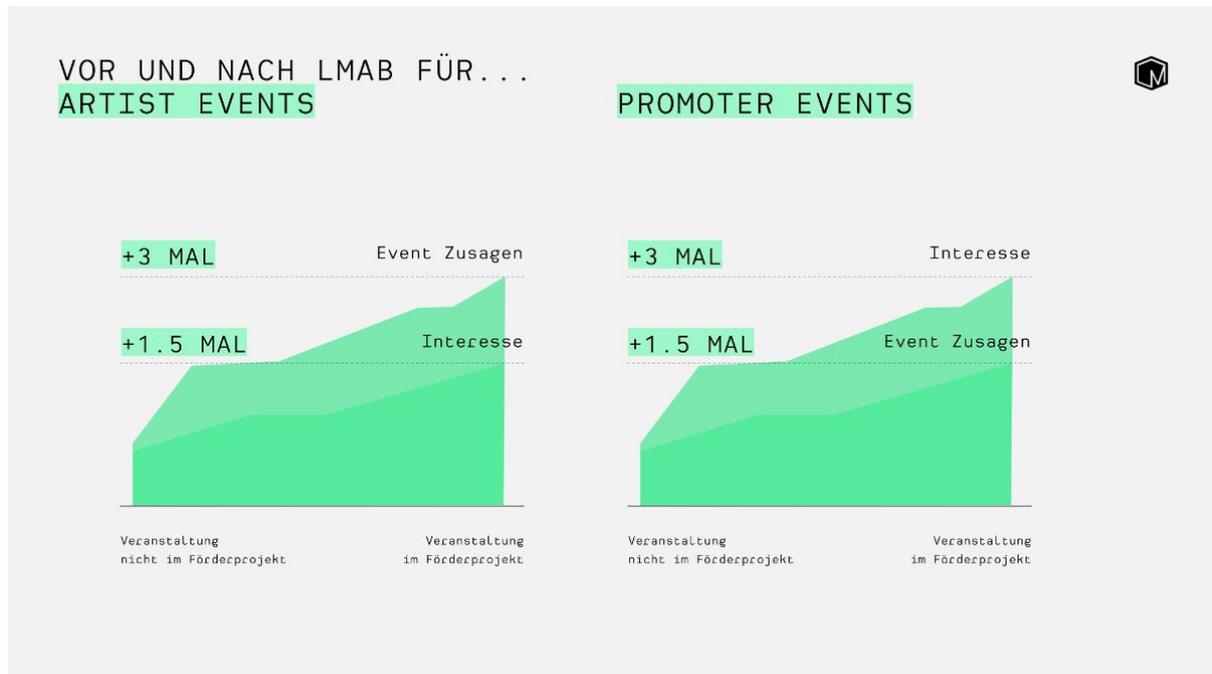
Berlin, 7. November 2019 – gigmits Live Music Accelerator Berlin (LMAB) hat ein Jahr lang Berliner Clubs und Bands in Digitalmarketing gecoacht, um Konzertwerbung und damit die Livemusik-Landschaft nachhaltiger zu machen. Im Rahmen der Most Wanted: Music Konferenz stellte die Förderinitiative am 6. November in Berlin nun die Ergebnisse ihrer Datenanalyse vor: Künstler*innen, die am LMAB-Programm teilnahmen, konnten durchschnittlich knapp 3 mal mehr Event-Zusagen verbuchen.



Unter dem Panel-Titel **“Mit Daten Events ausverkaufen? – ein Erfahrungsbericht”** diskutierten Miriam Schlüter (Director Marketing, Ticketmaster Deutschland), Stefan Schumacher (LMAB-Teilnehmer mit der Berliner Agentur ALL ROOMS), Marcus Fitzgerald (gigmit CEO und LMAB Projektleiter) und Steffen Rudnik (gigmit und LMAB Head of Content) vor rund 120 Konferenz-Besucher*innen in der voll besetzten Kuppel der Berliner Münze vor allem eins: **Digitalmarketing ist eine lohnende Herausforderung, die alle Akteure des Livemusikmarkts angeht. Notwendig dafür: Wissen und Investitionsbereitschaft.**

Publikum zu akquirieren ist für unabhängige Künstler*innen, Labels, Agenturen und Veranstalter*innen schwierig. Nur 25 % der Konzerte in Deutschland sind ausverkauft. Die Digitalisierung bietet der immer ernster werdenden Live-Branche viele Möglichkeiten. Doch fast niemand ist wirklich Experte in fachgerechtem Kampagnen Management. Was sind die Mechanismen sozialer Netzwerke? Wie wird die Zielgruppe erreicht? Welche Rolle spielen dabei Daten? Hat hier die Livemusik-Landschaft gepennt?

LMAB hat 2018 59 Berliner Agenturen, Live-Acts, Clubs und Festivals in zweitägigen Workshops fortgebildet und jeweils zwischen 100 und 2.000 € Werbebudget bereitgestellt, um das neue Promo Know How auch in der Praxis erproben zu können – teilgenommen haben beispielsweise die Künstler*innen ALEX ST JOAN, MARIE CHAIN oder BEN BARRITT sowie auf Veranstalter*innen-Seite Le Festival Berlin, das Immergut Festival oder der Club Cassiopeia.

Die nun vorgestellten Projektergebnisse fallen positiv aus:Image: <http://bit.ly/2axtzia>

- Insgesamt wurden im Projektzeitraum **18.000 € in Marketingmaßnahmen investiert** und damit **33.400 Tickets verkauft** (davon **50 % über Online Vorverkauf**). So wurden **55.000 User** zu einer Interaktion mit dem Event gebracht.
- Bei Künstler*innen mit LMAB-Förderung gab es durchschnittlich knapp **3 mal mehr Event-Zusagen** und ein **1,5 mal höheres Interesse** als bei Veranstaltungen außerhalb des Förderprojektes. Bei einem durchschnittlichen **Werbudget von 100 €** konnten die Künstler*innen knapp **15 % ihrer Facebook Fans** zum Ticketkauf animieren. Durchschnittlich wurden **pro verkauftem Ticket 1,66 €** in Konzertwerbung investiert.
- Bei den Events der Veranstalter*innen mit LMAB-Förderung gab es durchschnittlich **1,5 mal mehr Event-Zusagen** und ein knapp **3 mal höheres Interesse** als bei Veranstaltungen außerhalb des Förderprojektes. Die teilnehmenden Festivals haben im Durchschnitt **550 € in Online Marketing investiert** und konnten damit knapp **48 % ihrer Facebook Fans** zum Ticketkauf animieren. Durchschnittlich gingen bei Veranstalter*innen **pro verkauftem Ticket 1,09 €** in die Bewerbung.

*“Wir haben aus eigener Erfahrung immer proklamiert, dass effizientes Digitalmarketing die große Chance für kleine Bands und Clubs ist”, sagt LMAB Projektleiter Marcus Fitzgerald und fügt hinzu: “Die konkreten Zahlen des Projekts belegen jetzt, dass wir Recht hatten. Ich gehe davon aus, dass sich der Erfolg für die Teilnehmer*innen in den nächsten Jahren noch potenzieren wird.”*



Luden im Anschluss an das LMAB-Panel zu Freigetränken ein: Janina Klaves (Markenmanagement I'M SOUND), Marcus Fitzgerald (CEO gigmit, Projektleitung Live Music Accelerator Berlin), Miriam Schlüter (Director Marketing Ticketmaster), Elena Bentzinger (Vermarktung und Markenführung I'M SOUND), Steffen Rudnik (Head of Content gigmit / Live Music Accelerator Berlin) – Image: <http://bit.ly/34yGxMu>

Die Lehrinhalte der LMAB Workshops werden allen Interessierten als Handlungsempfehlungen in einem White Paper unter www.livemusic.berlin/white-paper zur Verfügung gestellt werden.



// Über Live Music Accelerator Berlin (LMAB)

LMAB ist eine Förderinitiative von gigmit und der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa zur nachhaltigen Unterstützung von Musiker*innen und Veranstalter*innen bei zeitgemäßer Konzertwerbung. Dafür hat LMAB 2018 59 Berliner Agenturen, Live-Acts, Clubs und Festivals in zweitägigen Workshops fortgebildet und jeweils zwischen 100 und 2.000 € Werbebudget bereitgestellt, um das neue Promo Know How auch in der Praxis erproben zu können. Der Hauptsponsor ist Ticketmaster Deutschland. Das Projekt wird ferner freundlich unterstützt von FluxFM, Berlin Sessions, Berlin Music Commission, Club Commission Berlin, Shure, fritz-kola, Kreativwirtschaftsberatung Berlin und nhow Berlin. LMAB wird kofinanziert 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.



Image: <http://bit.ly/2JTDQNN>

- www.livemusic.berlin
- facebook.com/LiveMusicAcceleratorBerlin
- Video: <https://youtu.be/s8iRAcT1cPI>
- Logo: <https://www.livemusic.berlin/press/>

Weiterführende Artikel zu LMAB

- "LMAB Celebrates One Year Anniversary": <https://bit.ly/32h90Fj>
- "80% informieren sich auf Facebook": <https://bit.ly/32eU1eQ>
- "Neben Giganten mehr Raum zum Atmen": <https://bit.ly/33a78iO>
- "Künstler sind keine Wegwerfprodukte": <https://bit.ly/2JM9RHm>

// Über gigmit

Tech-Update für die Live-Branche: Als digitale Matchmaking Plattform für Musiker*innen und Veranstalter*innen steht gigmit für einfaches Booking und frische Line-Ups. Über 80.000 Live Acts und mehr als 6.000 Promoter nutzen gigmit für ihr Booking. gigmit macht die relevanten Daten der Künstler*innen in einem EPK für Veranstalter*innen sichtbar und vereinfacht so den Bookingprozess. Seit der Gründung 2012 wurden auf gigmit mehr als 30.000 Auftrittsmöglichkeiten ausgeschrieben – mit einem Auftragsvolumen von insgesamt über acht Mio. Euro. Als Initiator von INES, dem Innovation Network of European Showcases, bringt gigmit Live-Acts auf die Bühnen von 19 Showcase Festivals in 18 Ländern. Mit dem ebenfalls EU-geförderten Programm LASER (Live Artist Search Engine And Recommendation) realisiert gigmit aktuell einen auf Fan- und Streamdaten basierten Algorithmus für die Entdeckung europäischer Talente.



Image: <http://bit.ly/2oS6mYG>

- www.gigmit.com
- facebook.com/gigmit
- instagram.com/gigmit
- Video: <https://youtu.be/AWV9fjTooBA>
- Logo: gigmit.com/en/downloads