

LIVEBIZ

Mia. blicken auf "magische Streaming-Sause" zurück

Für ihr "Streaming-Sause" genanntes, interaktives Digitalkonzert haben Mia. jüngst etwa 1000 Tickets verkauft. Im Gespräch mit MusikWoche erklären die Band und Jörg Strombach, Geschäftsführer der verantwortlichen Agentur fairmedia, warum die als Experiment aufgefasste Show funktioniert habe und zu einem "magischen" Erlebnis wurde.

11.12.2020 12:24 • von Dietmar Schwenger



Machten Hoffnung mit ihrer "Streaming-Sause": Mia. (Bild: Tom Groß)



Für ihr "Streaming-Sause" genanntes, interaktives Digitalkonzert haben Mia jüngst 1000 Tickets verkauft. Im Gespräch mit MusikWoche erklären die Band und Jörg Strombach, Geschäftsführer der verantwortlichen Agenturfairmedia, warum die als Experiment aufgefasste Show funktioniert habe und zu einem "magischen" Erlebnis wurde.

"Kreativ war die Sause insofern ein Experiment, als wir schon sehr früh den Anspruch hatten, mehr als 'nur' ein Konzert zu realisieren", formuliert die Band. "Der interaktive Aspekt war, wenn auch schwer planbar, von Anfang an integraler Gegenstand aller Überlegungen. Welche Echtzeit-Kommunikationsmöglichkeiten mit unserem Publikum lassen Technik und Medium zu? Welche Kommunikationsanlässe hätten wir gern und welche direkten Eingriffsmöglichkeiten sind vielversprechend für die Sause?"

Darüber hinaus sei klar gewesen, dass diese soll Show nicht nur interaktiv, sondern auch multimedial werden solle. "Wenn wir schon mal

ein Fernsehstudio als Spielwiese bekommen, wollen wir dieses Plus an Möglichkeiten auch sichtbar und hörbar nutzen.

Ähnlich wie das Kreativkonzept sei auch die wirtschaftliche Betrachtung der Digitalshow eine Premiere für Mia. gewesen. "Eine Streamingshow als Ticket-Event zu planen, wurde sehr kontrovers diskutiert und offenbarte unterschiedliche Auffassungen und Erwartungshaltungen innerhalb der Band. Weil wir aber nach 23 Jahren Mia. durchaus Erfahrung mit der uns eigenen Meinungsvielfalt haben, ist es auch hier gelungen, einen kleinsten gemeinsamen Nenner zu finden. Das Ergebnis mit etwa 1000 verkauften Tickets hat die Befürworter bestätigt und lässt Fortsetzungs-Gedankenspiele zu, aber vor allem sind es die durchweg begeisterten Rückmeldungen aus der Community und von anderen Künstler/innen, die uns Kraft und Energie für die Planung einer weiteren Sause geben."

Als wichtigste Erkenntnis wertet Jörg Strombach, dass man mit der Band "neue Freunde für's Leben" gefunden habe. "Das ist das Schönste. In kreativer Hinsicht sind wir euphorisiert und überwältigt von den Emotionen, die wir gemeinsam mit unserem gesamten Team, der Band und dem interaktivem Publikum erleben durften."

"Es hat uns schon während der Show mehrfach Tränen der Freude in die Augen getrieben, als wir die Bilder tanzender Fans und sogar ganze Familien auf heimischen Sofas rumspringen sahen und ihr Jubel live und Echtzeit unsere Herzen tief berührte", erzählt Strombach. "Da wussten wir: es funktioniert und es ist magisch!"

Wichtig ist für den fairmedia-Chef auch der wirtschaftliche Gedanke: "Auch unser ursprüngliches Ziel, alle zurück in Lohn und Brot zu bringen, haben wir durch den Ticketverkauf und die Bereitschaft der Fans, für

Kultur auch im digitalen Bereich Eintritt zu bezahlen, schon bei dieser ersten Show zumindest insofern erreicht, das wir den Einsatz aller Mitarbeiter honorieren konnten."

"Die größte Herausforderung war die Tatsache, dass diese Sause quasi ungeprobt realisiert und direkt live gestreamt wurde", berichtet die Band. "Die logistischen Gegebenheiten ließen eine Generalprobe im Vorfeld der Sause nicht zu. Normalerweise brauchen wir ein Mindestmaß an Probenintensität, um uns sicher zu fühlen. Das war hier nicht möglich und angesichts der Komplexität der Sause mit all ihren unterschiedlichen Gewerken, blieb uns nichts weiter übrig, als uns komplett auf den Moment und unsere Erfahrung zu verlassen."

Als Fazit fasst die Band zusammen, dass sie wieder mal erleben und erfahren durfte, dass es sehr lehrreich und inspirierend sein könne, die Komfortzone zu verlassen.

Aus produktioneller Sicht, so Strombach, "erschien uns das Lernen im Umgang mit Interaktion als größte und spannendste Challenge. Der Band ein möglichst 'normales' Bühnenerlebnis und Spielfreude durch die nahezu latenzfrei mit Bild und Ton zugeschalteten Besucher zu beschenken, war unser wichtigstes Anliegen, um das Vertrauen der Künstler bei allen Wagnissen und Neuerungen im Spielbetrieb zu erreichen."

Strombach betont: "Zugleich das Publikum durch diese völlig neue Formatidee zu begeistern, war die logische Konsequenz als Hauptaufgabe aller Beteiligten der Produktion inklusive Band. Wir haben die Show so aus der Not heraus gemeinsam mit Team, Band und Publikum live im on entwickelt und alle haben auf wundersame Art und Weise zusammen gespielt. Wir durften also alle mal wieder kindlich

neugierig und wirklich aufgeregt sein. Mondlandung? Punktlandung!"

"Live Is Life und für uns das allerschönste Kulturerlebnis", formuliert Strombach auf die Frage, ob man von solchen Events auch etwas mitnehmen könne für die Nach-Corona-Zeit. "Digital Live ist anders und einfach nur anders schön. Wir freuen uns wie jeder kulturbegeisterte Mensch, sehr bald wieder persönliche Konzerterlebnisse erfahren zu dürfen. Doch unabhängig davon wissen wir nun, es geht auch virtuell und hochemotional."

"Zudem dürfen bei unserem Format der interaktiven Streaming Show auch ganz andere Zielgruppen Kultur erleben, weit über die akute Pandemie hinaus: Menschen mit Behinderungen oder Menschen mit Angststörungen", streicht Strombach heraus. "Dem Klimaschutz dürften wir auch helfen, weil bei unseren Shows im Vergleich zu klassischen Massenveranstaltungen viel weniger Umweltbelastungen durch zum Beispiel Reisen entstehen. Unsere Einladung an alle KünstlerInnen da draußen: Nehmt Euch fünf Minuten Zeit und schaut Euch den Highlight-Trailer der Mia.-Sause auf unserer iss.show-Website im Rückblick an. Er gibt Hoffnung. Und wer mag, klingelt dann gerne bei uns durch. #AlarmstufeRot. Wir haben keine Chance? Nutzen wir sie und starten gemeinsam Eure ISS-Show-Rakete."

Auch hat das Konzept bereits eine Fortsetzung gefunden, wie Strombach ausführt: "Mit unserer zweiten Showrakete, die wir am 6. Dezember gerade mit Sascha Grammel im Bereich Family Entertainment erfolgreich gestartet haben, konnten wir mit knapp 1000 interaktiven Zuschauern und über 9000 Streaming-Zuschauern wirtschaftlich genau so erfolgreich agieren wie bei herkömmlichen Veranstaltungen. Gespannt sind wir nun auf unseren dritten Raketenstart am 2.

Weihnachtstag, da kommt der Kabarettist Serdar Somuncu mit illustren Gästen zu uns ins fairmedia Studio Berlin Neukölln und präsentiert ganz Deutschland und der Welt einen festlich-interaktiven Kulturaustausch ganz besonderer Art und Güte: Allah Jahre wieder - ein Muselmann feiert Weihnachten."

PEOPLE



Mia.

Mia.

FIRMEN

fairmedia

Künstleragentur

VORIGER ARTIKEL

Budde Music France ist Verlag des Jahres

11.12.2020 11:48

NÄCHSTER ARTIKEL

Mary Megan Peer wird CEO bei Peermusic

11.12.2020 13:36

Anzeige

[← zurück zu mediabiz](#)

[AGB](#) | [Datenschutz](#) | [Cookie-Einstellungen](#) | [Impressum](#)