



Viel beschäftigt und oft unterwegs: Torsten Block und sein Sohn Sebastian auf Reisen.

„Live-Musik muss berühren“

Musikmanager Torsten Block im Gespräch

25.04.2020, Von: *Lisa Eimermacher*, Foto: *Torsten Block*

625 durchgeführte Projekte in 25 Jahren. 1994 hat Torsten Block seine Firma Block Musik gegründet. Seine langjährige Arbeit im Bereich Künstlervermittlung, Event- und Bandmanagement ist ein wichtiger Teil der hannoverschen Musikszene. Aktuell begeistert ihn das Storytelling-Format - Musiker wie Thorsten Wingenfelder und Jon Flemming Olsen, die mit Akustikgitarre aus ihrem Leben erzählen. Um lokalen Musikern in Zeiten von Corona zu helfen, hat er mit dem befreundeten Learning-To-Fly-Musiker Juan Schmid und weiteren Partnern live2home ins Leben gerufen. - Eine Konzert-Livestreaming-Plattform, deren Spendeneinnahmen zu hundert Prozent den Künstlern zu Gute kommen. Wir haben mit ihm Anfang April am Telefon gesprochen.

Rockszene.de: Wann und wie seid ihr auf die Idee gekommen, die Livestreams zu machen?

Torsten Block: Das war eine Schnapsidee von Juan Schmid von Learning To Fly, der übrigens heute Morgen Vater geworden ist, und mir. Wir saßen im Auto und überlegten, was wir machen könnten. Dann kam uns die Idee einer Streaming-Geschichte. Wir fanden zwei Bands und zwei Solisten und haben ganz simpel mit dem iPhone und einem externen Mikrophon, das ich mir für diesen Zweck kaufte, einfach über Facebook gestreamt. Das war am 18. März.

Daraufhin meldeten sich unsere jetzigen Geschäftspartner Carsten Schulz von HSP, einer großen Steuerkanzlei in Hannover und Rainer Gärtner, der Inhaber der Werbeagentur Brigade Eins. Carsten Schulz betreibt eine Organisation namens HSP Charity, über die er für uns das

Spendenportal angelegt hat. Rainer Gärtner sorgte mit seiner Agentur für das Corporate Design und stellte uns professionelle Übertragungstechnik zur Verfügung.

Wie ging es danach weiter?

Durch den Support von Carsten und Rainer kamen wir zügig voran, so dass wir ab der zweiten Veranstaltung mit Spenden arbeiten konnten. Von der dritten Veranstaltung an, arbeiteten wir mit einem professionellen Videoschnittplatz, den wir bei Sam Nok im Lager aufgebaut haben.

Dann führten wir das sukzessive fort und achteten darauf, möglichst hannoversche Künstler zu gewinnen, um einen Mix aus bekannten und weniger bekannten Musikern zu erhalten. Die bekannten Musiker haben selbstverständlich auf ihre Spenden verzichtet.

Somit sind wir jetzt in der komfortablen Situation, am Ende von neun Veranstaltungen am 15. April einen Überschuss von ca. 2.000 Euro verbuchen zu können. Hinzu kommt nun noch ein nicht unerheblich großer Zuschuss des Kulturbüros Hannover über das Projekt „Unesco City of Music“. Diese Summe möchten wir an möglichst viele bedürftige hannoversche Künstler ausschütten.

Das werden wir in Form einer sogenannten Live-Clip-Show machen. Das heißt, wir werden Hannoveraner*innen bitten, uns ihr Live-Video zuzuschicken. Dafür werden wir die YouTube-Plattform und unseren Facebook-Auftritt zur Verfügung stellen. Anhand der Likes aus der Fanbase der Musiker ermitteln wir dann das Endergebnis. [Anm. d. Red.: Der Einsendeschluss für den Contest war am 23. April um 12 Uhr. Das Voting endete während der Sendung am 25.4. um 21.00 Uhr.]

Wie ist der weitere Verlauf nach der ersten Staffel von live2home?

Unsere Zeit bei Sam Nok ist dann erstmal beendet. Wir ziehen mit dem Projekt zu einem Eventdienstleister in Hannover. [Anm. d. Red.: Gesendet wird nun von der Showbühne des Eventdienstleisters AVMS in Hemmingen]. live2home wird somit an anderer Stelle fortgeführt. Wir werden im Zuge der Corona-Krise vermutlich noch einige Liveshows mit Künstlern aus der Region bestreiten, um das Format zu testen.

Wir geben Künstlern in einem Studio mit entsprechender Technik die Möglichkeit, ihr Produkt einem breiten Publikum bundesweit oder sogar weltweit zu präsentieren. Dazu braucht man eine echt fette Internetleitung, um ruckelfreie Bilder und Ton übertragen zu können, welches in der neuen Location gegeben ist.

Darüber hinaus wollen wir das Format live2home auch als reine Streamingplattform für Künstler jeglicher Richtung und aus allen Teilen der Welt etablieren. Hierbei achten wir dann selbstverständlich auf „politische correctness“.

Diese Spendengeschichte bezieht sich exklusiv nur auf Hannover. Das Streaming machen wir bundesweit.

Also die Künstler senden dann von zu Hause aus?

Genau, die schicken uns das Signal und wir übertragen das dann via YouTube und Facebook.

Wie seid ihr auf Sam Nok als Veranstaltungsort gekommen?

Das sind Freunde von uns. Mit Uli und Lena von Sam Nok ergab sich in Gesprächen die Möglichkeit, die derzeit ungenutzten Räumlichkeiten für dieses Projekt zu nutzen.

Hättest du am Anfang damit gerechnet, dass ihr so schnell so bekannte Gäste, wie etwa Thorsten Wingenfelder für das Projekt gewinnen würdet?

Ich bin Musikmanager. Gemeinsam mit Holger Hübner betreue ich Thorsten Wingenfelder und Rainer Schumann mit ihren Soloprojekten. Mit den Furys arbeite ich seit mehr als 20 Jahren zusammen. Es ist eine gewachsene, langjährige Freundschaft.

Kommen Künstler mittlerweile auch auf euch zu?

Ja, soeben hat mich Hanns-Werner Staude angerufen, der das Set von DJ Wolf Kolster gesehen hat und das ganz cool fand. Hanns-Werner freut sich auf eine oldschool Vinyl-Party in der nächsten Staffel.

Wie war eure Vorgehensweise bei der Auswahl der Künstler?

Bei unserer allerersten Sendung traten vier Künstler aus verschiedensten Genres auf. Zwei Duos und zwei Einzelkünstler. Das reduzierten wir ab der zweiten Sendung auf zwei Acts. Somit konnten wir auf und neben der Bühne das „Social Distancing“ wahren.

Am Mittwoch stellen wir uns einer besonderen Herausforderung. Die Jungs von High Fidelity kommen zu viert. Eigentlich haben wir uns als Limit drei Personen je Band gesetzt, um auf der Bühne die nötige Distanz zu gewährleisten. Wir bekommen das aber hin.

Was geben dir die Konzerte persönlich?

Ich lebe von und mit der Musik. Ich versuche, meinen persönlichen Geschmack auszuschalten und eine „bunte Tüte“ anzubieten. It's M.E. gibt es zum Beispiel seit über 30 Jahren. Das ist eher was für die 50 bis 60-Jährigen. High Fidelity spricht hier eher ein jüngerer Publikum an. So versuchen wir, eine große Bandbreite an Musik darzustellen. Livemusik muss berühren! Die Haare am Unterarm müssen stehen, sonst ist es für mich irrelevant.

Hast du einen absoluten Wunschgast?

Nee, habe ich nicht. Da bin ich neutral (lacht).

Wie läuft der Aufbau der Produktion ab?

Es geht meistens um 16 Uhr los, da kommt die Ton- und Videocrew. Kai Ulrich ist ein sehr erfahrener Tontechniker, der viele Jahre lang für David Garrett unterwegs war. Mein Sohn Sebastian studiert Medienmanagement und kümmert sich um den Videoschnitt. Sie richten sich

zwischen 16 und 17 Uhr ein. Um 17 Uhr kommt der erste Act, baut auf und macht Soundcheck. Dann kommt die zweite Band. Das ist alles genau getaktet, um möglichst wenig Berührungspunkte untereinander zu schaffen. Das ist wie an einer Perlenkette gezogen. Nach einer halben Stunde Ruhe folgt ein Briefing mit allen Beteiligten; meistens um 19.30 Uhr.

Was ich noch vergessen habe zu erwähnen: Die Firma Acoustic Service am Alten Flughafen hat uns das Tonequipment zum „Charity-Preis“ zur Verfügung gestellt. Das technische Equipment, welches wir benötigen, wurde uns mehr oder weniger gesponsert. Das würde sonst zu Lasten der Gagen der Künstler gehen und das wollten wir unbedingt vermeiden.

Das ist ja schön, dass alle ein wenig zusammenrücken und sich gegenseitig helfen.

Ja, und ganz entscheidend ist auch: Wir als Veranstalter generieren kein Geld. Wir ziehen uns keine Verwaltungspauschalen oder verdeckte Kosten ab. Hundert Prozent der Spenden gehen an die Musiker und die Technikcrew.

Sind die Zuschauer spendenwillig?

Ja, das hat uns positiv überrascht! Die Steuerkanzlei von Carsten Schulz hat ganz am Anfang erstmal 500 Euro in den Topf geworfen. Das war natürlich großartig, genauso wie die Einzelspende über 1.000 Euro eines mittelständischen Unternehmens, worüber wir uns unglaublich freuten.

Ansonsten werden im Schnitt pro Veranstaltung pro Person etwa 30 Euro gespendet, was wirklich viel ist, gemessen an den Künstlern, die normalerweise durchschnittlich einen Ticketpreis von 20 Euro generieren, wenn sie z.B. im Pavillon oder im Musikzentrum spielen. Da sind 30 Euro schon fett. Das hat uns auch dazu veranlasst, das Format fortzuführen. Ich gehe davon aus, dass es bis Anfang 2021 keine relevanten Livekonzerte geben wird. Deshalb werden wir zeitnah gestreamte Konzerte über Pay-per-view anbieten.

Was baut ihr alles auf? Bringen die Musiker selbst Equipment mit?

Es ist schon sehr vielfältig. Es beginnt damit, die Bands zu organisieren. Dann sprechen wir ab, was an Backline mitgebracht wird und ob ein Sharing der Instrumente möglich ist. Wenn sich zum Beispiel ein Keyboard geteilt wird, desinfizieren wir es gründlich während des set change.

Was genau sind Juans Aufgaben?

Juan ist Teil unseres Veranstalterteams mit Rainer, Carsten und mir. Darüber hinaus moderiert er die Sendungen, ist aber auch als Künstler seines Storytelling Projektes Learning to Fly tätig.

Zwischenzeitlich wurde Juan durch Pit Schwaar (Cream Flow) unterstützt, da sein Sohn Jona das Licht der Welt erblickte.

Du hast ja selbst auch einen interessanten Lebenslauf. Kannst du uns mehr erzählen?

Ja, ich bin „Mister Work-Life-Balance“ (schmunzelt). Das Thema „Work-Life-Balance“ hat zwar mit Musik nicht direkt zu tun, ist aber ein Riesenthema in der gesamten Event- & Konzertbranche. Die

Zahl der Burnout-Erkrankten und Depressiven ist in unserem Business in meiner Altersgruppe allgegenwärtig. Da landet man zwangsläufig irgendwann bei dem Thema Work-Life-Balance. Leider ist das in der Praxis schwer umzusetzen. Entweder man ist gut im Geschäft, dann traut man sich nicht, nein zu sagen und hat keine Zeit für Freizeit. Oder du bist nicht erfolgreich im Geschäft und hast das Geld nicht für die Freizeit (lacht). Da den Mittelweg zu finden, ist wirklich schwierig.

Ich war eineinhalb Jahre in China unterwegs [Anmerkung d. Red.: siehe YouTube-Link zu NDR-Doku unten in der Infobox]. In der Stadt Changde (Provinz Hunan) wurde die hannoversche Altstadt auf 500 Metern an einem städtischen künstlichen Flussbett nachgebaut. Die Betreiber der Straße suchten hannoversche Unternehmer, die dort tätig werden sollten. Es existiert eine Städtefreundschaft mit Hannover, die dazu führte, dass unser damaliger Bürgermeister Stephan Schostock das Projekt im Oktober 2016 mit seinem chinesischen Amtskollegen einweihte. Andreas Berndt von der Hannoverschen Kaffeemanufaktur und mein Geschäftspartner und Freund Lutz Käsemann und ich sind dort vor Ort tätig geworden. Andreas hat mit seinen Söhnen eine Kaffeerösterei mit Café eröffnet. Wir haben dort ein großes Restaurant namens „deutsch“ mit einer eigenen Brauerei betrieben.

Das klingt ja spannend! Ist das Bier in China gut angekommen?

Nicht wirklich. Ende 2017 haben wir das Projekt beendet. Die hannoversche Straße wurde touristisch leider nicht erschlossen. Eine Geisterstraße, wie man sie in China leider sehr oft vorfindet, wenn Bauunternehmer signifikante Architektur aus Europa oder Amerika kopieren.

Es wird erstmal drauflos gebaut. Marketing und Facility Management sind dort leider nicht wirklich vorhanden. Das mag in den Metropolen Hong Kong, Peking, Guangzhou oder Shenzhen anders sein. Wir haben uns das viele Monate angeguckt und uns dann Ende 2017 dazu entschlossen, das Projekt zu beenden. Wir wollten Bier, Bratwurst und Haxen verkaufen (lacht). Changde war noch nicht bereit für die deutsche Kultur. Das ist zwar eine Millionen Metropole, aber für chinesische Verhältnisse eher eine Provinz. Unser Restaurant „deutsch“ hätte nach Einschätzung von Fachleuten, die den asiatischen Markt kennen, in Städten, wie Shenzhen, Peking oder Hongkong wie eine Bombe eingeschlagen. Aber auf dem Land hat das leider nicht funktioniert.

Als ich Ende 2017 aus China zurückkam, habe ich mir vorgenommen, das Thema „Work-Life-Balance“ ganz oben auf meine To-Do-Liste zu setzen.

live2home machst du also als Nebenprojekt zu Block Musik, richtig?

Block Musik ist mein Kerngeschäft. Ich habe eine Handvoll Industriekunden, für die ich seit ganz vielen Jahren Firmenveranstaltungen plane und umsetze. Darüber hinaus betreue ich Künstler wie Diana Babalola, Thorsten Wingenfelder, Jon Flemming Olsen, Cream Flow und seit kurzem auch Rainer Schumann. Das Thema Storytelling spielt da eine große Rolle.

Dass Künstler einfach aus ihrem Leben erzählen, das wollen die Leute hören. Die Glaubwürdigkeit unserer Politiker hat leider dramatisch abgenommen. Da kommen die Jungs mit der Gitarre in der Hand und einer großen Portion Lebenserfahrung gerade recht. Bruce Springsteen hat das in Amerika sehr erfolgreich vorgemacht; „Springsteen on Broadway“ hieß das. Er hat sich da einfach in

ein Broadway-Theater gesetzt mit Gitarre und Klavier und hat aus seinem Leben erzählt. Daran orientiert man sich jetzt auch in Europa und Deutschland. Auf Storytelling haben die Künstler und ich richtig Bock.

Ein Herzensthema ist das Projekt „Singers, Songs & Storytellers“ auf der Insel Wilhelmstein im Steinhuder Meer, das letztes Jahr erstmalig stattfand. Dieses Jahr müssen wir es vermutlich ausfallen lassen. Ein Ersatztermin für 2021 steht allerdings schon fest, wenn es so kommen sollte. Die für dieses Jahr gebuchten Künstler Kai & Thorsten Wingenfelder, Purple Schulz, Jon Flemming Olsen und Learning to Fly konnten sich Gott sei Dank auf einen gemeinsamen Termin in 2021 einigen.

Erzähl doch mal bitte, wie du zu deinem Beruf im Musikbusiness gekommen bist?

Das ging schon sehr früh in der Rotation am Steintor los. Das war die Einstiegsdiskothek der Hannoveraner Anfang der Achtziger. Da habe ich als 16-Jähriger angefangen, Handzettel zu verteilen. Im Konzertbüro, Ritgen & Müller (später ShowTops) habe ich dann als Praktikant das Konzertbusiness kennengelernt. Ende der Achtziger wechselte ich zum Musikzirkus.

Auf dem Hanomag-Gelände entstand dann 1989 das damals größte norddeutsche Veranstaltungszentrum, die Music Hall. Dort arbeitete ich als Geschäftsführer für die Bereiche Programm und Presse. Konzerte bis 5.000 Personen und Diskothek mit einer Kapazität weit über 5.000 Gäste bedeuteten damals das Epizentrum der Gastronomie und der Unterhaltungsbranche in Hannover und Umgebung. Dann kam Techno. Das konnte ich nicht ertragen (lacht).

Ich bin dann in die Eventszene gewechselt und habe 1993 mit meinem Freund Lutz Käsemann die Agentur trend line gegründet, die es übrigens immer noch gibt. Mit dieser Agentur haben wir sehr schnell die Madsack Verlagsgesellschaft als ersten großen Kunden gewonnen. Es folgten die Organisation und Durchführung von Großevents für die REWE Handelsgruppe.

Ab 2003 habe ich Open-Air-Konzerte mit dem Heide Park Soltau und Hitradio Antenne in Soltau veranstaltet.

Das ist ja eine Menge. Ist dein Tag länger als 24 Stunden?

Ich bin ja nun auch schon 54. Da kommt eine Menge Erlebtes zusammen. Die Highlights lagen sicherlich in den Jahren 2003 bis 2012. Die Open-Air-Konzerte mit Acts wie Nena, Pur, Söhne Mannheims, Tokio Hotel, Peter Maffay und Pink bleiben in meiner Erinnerung unvergessen.

Um auf live2home zurück zukommen: Wir konnten mittlerweile über 10.000 Euro an Spenden- und Fördergeldern an Musiker und Techniker ausschütten. Denn diese aus meiner Sicht durchaus systemrelevante Gruppe von Künstlern fallen durch das Netz der Fördergelder. Jetzt ist Kreativität und Mut gefragt.

Deshalb versuchen wir, hier ein bisschen im regionalen Bereich zu unterstützen. Es ist leider nur ein Tropfen auf den heißen Stein, aber irgendwer muss ja damit anfangen.

Links:

www.live2home.de
www.live2home.de/voting
www.youtube.com/channel/UCHXjDMXp9sAATyn-E63hRyA
www.facebook.com/live2home.de
www.blockmusik.de
www.youtube.com/watch?v=E3f71UATxGU

Ähnliche Artikel auf Rockszened.de:

[„Wacken World Wide“ gestartet](#)(30.07.2020)
[Weitere Finanzhilfe für Bands und Musiker](#)(24.07.2020)
[Streaming-Konzerte aus dem MusikZentrum](#)(15.07.2020)
[Über Auftrittschancen und Talentaustausch](#)(06.07.2020)
[Drei gestreamte Konzerte in elf Stunden](#)(11.06.2020)

© Copyright:

Die Texte und die Fotos in diesem Artikel sind urheberrechtlich geschützt. Weitere Infos + Nutzungsbedingungen im [Impressum](#)