



Life is Life und nur live ist eben live

Warum TV-Events echtes Publikum brauchen, zeigte kürzlich der Eurovision Song Contest.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

KLATSCH-APP. Er ist das größte Musik-Live-Spektakel der Welt, der Eurovision Song Contest. Wegen Corona im Vorjahr ausgefallen, sah es auch dieses Jahr für den Gastgeber und Vorjahressieger Holland nicht gut aus und fast drohte ein Retorten-Event mit entweder nur Video-Zuspielung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer oder ein Event auf der Bühne vor Ort, aber eben ohne Publikum.

Wenig Publikum, aber gute Kameraeinstellung

Geworden ist es am Ende doch das, was wir uns alle wünschen: ein visuelles Spektakel mit viel Tschingderassabum, Feuereffekten, Lichtshow und Windmaschine auf der Bühne und einem jubelnden Publikum vor Ort rund um die Bühne.

Und nur so lässt sich jene Atmosphäre herbeizaubern, die auch den TV-Veranstaltern dieser Welt etwas Hoffnung gibt, auch in Zeiten von YouTube, Netflix & Co weiterhin das eine oder andere Ass im Ärmel zu haben.

Denn eine Film-Produktion kann technisch noch so raffiniert gemacht sein – die Begeisterung, die ein Live-Event beim Publikum vor den Schirmen zu Hause auslöst, wird eben nur durch die Anwesenheit von Menschen, ihren Emotionen und hörbaren Reaktionen hervorgerufen.

Bitte keine Lacher aus der Dose

Kein Lacher, kein Toben und kein Applaus aus der Audiofile-Dose wird das auch nur annähernd vortäuschen können. Das ist eben jene Energie, die es nur dann gibt, wenn echte Menschen mit echten Emotionen aufeinandertreffen.

Mit einer Klatsch-App, wie beim heurigen ESC, mit der man akustisch in der Halle nachhilft, kann man es von mir aus verstärken, aber nur live ist eben wirklich live.

Das Problem: So ein Event kostet den TV-Veranstalter viel Geld, und stimmt am Ende die Quote nicht, wird man sich die Ausgaben das nächste Mal überlegen. Was schade wäre, denn damit gäbe man einen der letzten Programm-Trümpfe, die man im Konkurrenzkampf mit den globalen Content-Giganten noch hätte, aus der Hand.

”

Gerade im Sommer ergeben sich da oft erstaunliche Publikumshits, wie zuletzt etwa Segeln oder aber beispielsweise Judo.“

Zitat des Tages

Hans-Peter Trost
Sportchef ORF

PRÄSENTATION

Brand Asset Valuator



© Martina Berger

MARKENSTÄRKE. Rund 1.000 Marken aus über 80 Branchen, das ist der Brand Asset Valuator, die weltgrößte Markenstudie, durchgeführt von der Agentur VMLY&R, deren aktuellste Ergebnisse diese Woche von Sebastian Bayer, CEO, und Andreas Roitner, Strategy Director VMLY&R, in Wien präsentiert worden sind.

Der BAV beruht unter anderem auf den vier Parametern Differenzierung, Relevanz, Wertschätzung und Vertrautheit, nach denen die jeweilige Markenstärke evaluiert wird.

Reger Andrang auf NFT-Ausstellung

Am 21. Mai eröffnete die Ausstellung „Hybrid“ in der Desiderio Galerie.

WIEN. Es ist die erste und größte NFT-Ausstellung Wiens, in der sich Kunst im analogen und digitalen Raum begegnet.

128 Werke von knapp 60 nationalen und internationalen Künstlern verschmelzen zu einem provokanten Tête-à-Tête analoger und digitaler Installationen sowie unzähligen, als NFT „geminteten“ und zur Schau gestellten Kunstwerken.

Betrachter werden zur Interaktion angeregt

„Hybrid“ reißt die Grenzen zwischen digital und analog nieder, indem virtuelle Entwürfe in physische Skulpturen verwandelt, Ölgemälde in NFT-Unikate transformiert und die Betrachter zur Interaktion mit den Werken angeregt werden.

Zu den besonderen Highlights neben den NFT-Bildern, Fotografien und Mixed Media-Objekten, die wechselnd auf einer Reihe von Screens präsentiert werden, zählen die Installationen und Skulpturen von Julie Dadsetan, Duo Geenie Viral und Kiyon Forootan.

Diese wurden in bidirektionalen Prozessen vom realen in den digitalen Raum und vice versa ge-



Noch bis 4. Juni werden die über 100 Werke ausgestellt.

tragen. Und auch ein Hauch traditioneller Kunst erwartete die zahlreich erschienenen Besucher, und zwar in Form eines NFT-Unikats des 1977 geschaffenen Meisterwerks Bambina con pesci von Ibrahim Kodra, einem der letzten Schüler Picassos. (red)

© arteQ/DigitalFirst