

Die „Agency“ begeistert Tiktok-Fans

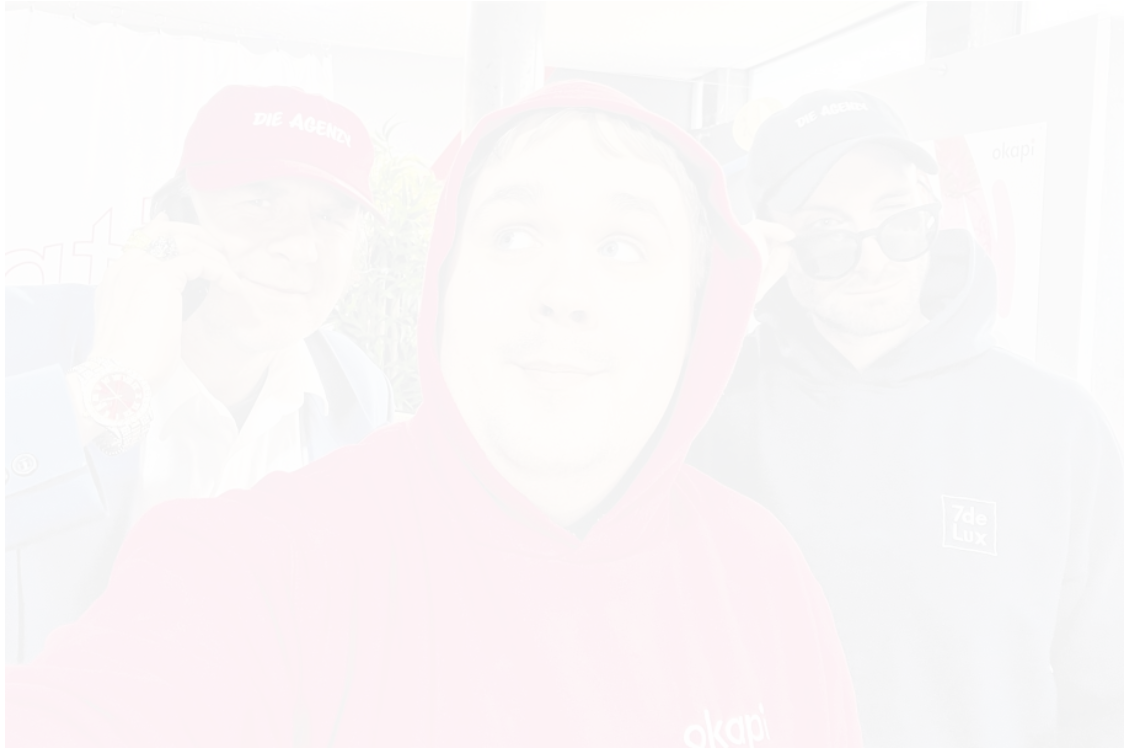
Drei Männer und ein Büro: Schweriner Agentur Okapi trifft mit ihrer Büro-Serie einen Nerv des Publikums

Maren Ramünke-Hoefler

Chef, mal ne ganz kurze Frage: Auf dem Arbeitsplan für nächste Woche steht, dass ich Montag Spätschicht habe und Dienstag wiederum Frühschicht. Ist dir da irgendwie ein Fehler unterlaufen oder so?“ „Nö, das hat alles schon seine Richtigkeit so.“ „Okay, aber dir ist schon irgendwie bewusst, dass das alles gegen das Gesetz ist?“ Ja, das weiß der Chef, aber er schert sich nicht drum. Zu seiner Zeit habe er schließlich auch immer hart und lange gearbeitet. Seine Angestellten seien sowieso alles Faulpelze ohne ordentliche Arbeitsmoral, findet er. Aber die reagieren darauf mit ihren ganz eigenen Strategien...

So geht es zu in der „Agency“ am Ziegenmarkt in Schwerin. Ein ausbeuterischer Boomer-Chef trifft auf Mitarbeiter der Generation Z, die sich nicht so leicht unterkriegen lassen. Die Schlagabtausche, zu denen das führt, sind täglich aufs Neue im Internet zu verfolgen. Und zwar auf Tiktok, YouTube, Facebook und Instagram. Weit über hunderttausend Menschen klicken jeden Tag auf die Kurz-Videoe der „Agency“. Das vor wenigen Tagen veröffentlichte Video „Der Chef steht über dem Gesetz“ kratzt bereits am Freitag an einer Million Aufrufen, alleine nur auf Tiktok. Mehr als eine Million Likes und über 80 Millionen Aufrufe hat die Crew aus Schwerin so in kurzer Zeit gesammelt.

„Im Herbst haben wir die Agency erstmals auf Tiktok hochgeladen“, sagt Axel Roller, Inhaber der Schweriner



Die Drei von der „Agency“: Axel Roller, Timo Corvinus und Florian Polte (v.l.)

Foto: Timo Corvinus

Agentur Okapi und „Chef“ bei der „Agency“. Mit dieser Menge Likes hätte selbst der Medienprofi nicht gerechnet. Die meisten „Agency“-Fans kommen übrigens aus Hamburg, Berlin und Wien, hat seine Analyse ergeben.

Tiktok ist wahrscheinlich aktuell die meist verwendete Social-Media-Plattform und geht heute deutlich über das Klischee „Auf Tiktok sind doch nur Tanzvideos“ hinaus. „Dem wollen wir uns

auch als Agentur Okapi öffnen, deshalb haben wir einfach mal einen Versuchsballon gestartet“, sagt Axel Roller. Dabei habe er einige wichtige Erfahrungen gesammelt.

Zum Beispiel die oberste Tiktok-Regel: Das Video muss möglichst kurz sein. Infos und Klamaus auf den Punkt. Die ersten Spots der „Agency“ waren noch anderthalb Minuten lang – und ernteten nicht allzu viele

Likes. „Der Kameraschwenk ist hier viel zu lang, da hätten wir deutlich früher schneiden müssen“, sagt Axel Roller heute, wenn er sich die Filme aus dem Herbst ansieht. Auch das Thema musste reifen. Den Büroalltag auf die Schippe zu nehmen, den Clip auf 28 Sekunden zu beschränken und klare Schritte zu setzen, hat sich schließlich durchgesetzt.

Die Storys schreibt übrig-

gens Okapi-Mitarbeiter Timo Corvinus, meistens am Samstag oder Sonntag. „Die Themen dafür sammle ich die Woche über“, sagt er lächelnd. Sieben Skripts für sieben Tage die Woche. Am Montagvormittag werden die Texte in der Agentur am Ziegenmarkt ausgedruckt, gelernt, gespielt, gedreht und geschnitten. Das dauere inzwischen nur noch zwei bis drei Stunden, dann ist die Tiktok-Woche der „Agency“

gefüllt.

Sein Chef Axel Roller sei im echten Leben übrigens „schon ganz pflegeleicht“, sagt Timo Corvinus lächelnd. Bei der Okapi-Agentur ist die Stimmung gut. Nach dem Tiktok-Erfolg erst recht. „Wir verkaufen schließlich auch Social-Media-Auftritte“, sagt Axel Roller. „Unsere Kunden können am Beispiel der Agency sehen, wie gut wir das können.“

Schüler der Ecolea führen König der Löwen auf

Berufliche Schule zeigt Disney-Stück: Von heute an eine Woche lang jeden Tag eine Aufführung für Kinder

Martina Schwenk

SCHWERIN Es ist schon Tradition, das Musical-Projekt der privaten beruflichen Schule Ecolea in Schwerin. Dieses Jahr auf der Bühne: König der Löwen. Was sind die Herausforderungen bei der Produktion?

Geschäftiges Gewusel hinter der Bühne: Auf den Tischen liegen Schminksets und Kostüme verteilt, während die einen stillsitzen müssen, verteilen die anderen Ohren, Mähnen und andere Requisiten. In der privaten beruflichen Schule Ecolea in Schwerin steht in der Klasse der Sozialassistenten statt Unterricht eine Generalprobe auf dem Plan: Ihre Version des Disney-Musicals König der Löwen. Das tragen sie bald einem exklusiven Publikum vor.

Am Tag der Probe sitzen noch Mitschüler aus anderen Klassen und Lehrer auf den Stühlen. Ab heute heißt es dann eine ganze Woche lang jeden Tag eine Aufführung, an manchen auch zwei. Dazu haben die Schüler Kitas und Grundschulen aus Schwerin eingeladen.

Und wie ist das Musical entstanden?

Musiklehrer Itai Jehundai macht das Projekt bereits seit Jahren mit seinen Schülern. Seine Aufgabe ist dabei lediglich, Prozesse zu begleiten und zu helfen, betont er. An sich liege quasi alles in den Händen der Schüler. „Es

ist viel Teamarbeit, auch deswegen machen wir dieses Projekt.“

Jannes Engelmann wartet gerade auf einen freien Platz bei den Schminktischen. Warum König der Löwen? „Wir haben uns als Klasse zusammengesetzt und überlegt.“ Es sei schnell klar gewesen, dass die Klasse was von Disney spielen wollte. „Wir haben alles selber gemacht“, berichtet er. Das Skript etwa musste stark gekürzt werden. Bühnenbild, Kostüme und Requisiten wurden angefertigt, mit den Proben gestartet. Und natürlich Kitas und Grundschulen sowie Medien kontaktieren und Abläufe genau geplant.

Vier Wochen hatten sie Zeit, berichtet Jannes Engelmann. Dann geht es auch für ihn in die Maske. „Die Schü-

ler haben sich gegenseitig motiviert, sich Ziele gesetzt. Es war klar: Wenn zum Beispiel die Kostüme schlecht werden, gibt es keine Kostüme“, so Jehundai, der von der Arbeit seiner Schüler begeistert ist.

Die Eiskönigin stand ebenfalls hoch oben auf der Liste, berichtet Sophia Behrendt, die den Mandrill und weisen Schamanen Rafiki spielt. „Dann ist es doch König der Löwen geworden. Das war aber eine gute Entscheidung“, findet sie. „Es gibt einfach so viele lustige Charaktere“, fügt Katja Leidel an. Eine Herausforderung sei es gewesen, die Szenen so zu gestalten, dass sie auf die Kinder passen, so die Simba-Darstellerin. „Wir wollen ja nicht, dass die Kinder Angst bekommen, zum Beispiel vor Scar.“



Kaum einer, der die Szene aus König der Löwen nicht kennt: Mufasa ist tot und sein Bruder Scar redet dem kleinen Simba ein, er sei schuld. Foto: Martina Schwenk

In Zippendorf war der Zirkus los

ZIPPENDORF Gut 600 Bewohner und Gäste genossen am Sonntagabend das Sommerfest des Wohnparks Zippendorf rund um die Manege des Zirkus Ascona. Dieser hatte sein Zelt inmitten der Pflegeheimanlage aufgestellt und die Besucher in mehreren Vorstellungen begeistert. Der Schweriner Shanty-Chor, geschminkte Kinder-gesichter, die Tiershow, Versorgungsstände und ein strahlend blauer Himmel sorgten vor allem bei den älteren Bewohnern für gute Laune. Viele Interessenten nutzten auch die stündlichen Führungen durch das neu erbaute vierte Hauptgebäude, das noch in diesem Jahr mit seinem modernen, vollstationären Bereich, den Intensivpflege- und Tagespflegeplätzen eröffnet wird. *ago*