

Presseclippings

Medium: Musikmarkt

Datum: Nr. 22 / 2007

Land: D

Features

Österreichische Labelvereinigung AMAN legt in Deutschland los



Thomas Braun, AMAN-Ambassador in Hamburg für "Electronic & World Music"

Seit Anfang März gibt es nun die Labelvereinigung AMAN – Austrian Music Ambassador Network. Der selbsttragende Verein will im Ausland die Künstler ihrer Mitglieder besser promoten. In Deutschland legen bereits drei AMAN-Abgesandte los.

Thomas Braun, Stefan Rath und Claudius Arnold heißen die drei "Ambassadors", die für ausgewählte Künstler der AMAN in Deutschland werben. Braun und Rath sind beide in Hamburg angesiedelt, Arnold agiert von Köln aus. Dabei wirken die Drei nach Genres aufgeteilt: Der selbständige Pressepromoter Braun ist für "Electronic & World Music" zuständig, A&R und Produktmanager Rath für "Alternative, Rock & Pop" und der ausgebildete Marketing- und Werbewirt Arnold für "Jazz". Dass alle einen stark musikalisch geprägten Background mitbringen, versteht sich von selbst. Mit den Ambassadors will das AMAN Musikszenekenner und PR-Profis gezielt einsetzen. Sie sollen vor Ort als Schnittstelle für Promotions- und Marketingmaßnahmen fungieren und sind Ansprechpartner bezüglich Veröffentlichungen der Mitgliedlabels.

Das AMAN konzentriert sich auf so genannten "Priority Releases". Das sind Acts, die jedes Quartal von der Labelkonferenz aus den Einreichungen der Mitglieder ausgewählt wurden. Im Moment stehen Count Basic (Universal), Iriepathie (Universal), Waldeck (Dope Noir), Rodney Hunter (G-Stone), Diknu Schneeberger (Jive Music), "Parov Stelar" (Etage Noir Recordings) sowie Texta (Geco) auf der Liste. Ambassador Braun: "Bei der Auswahl der Acts stehen natürlich Qualität sowie die Einschätzung der Marktchancen im Vordergrund."

"In den ersten Schritten stimmen wir die anstehenden Promoaktivitäten aufeinander ab. Wir organisieren Showcases, es werden Marketing-Massnahmen mit den Labels besprochen und organisiert, Booker kontaktiert und vieles mehr," erörtert Thomas Braun die konkreten Aufgaben der Ambassadors. Die Labelvereinigung setzt sich zum Ziel, ihren ausgewählten Künstlern unter anderem eine "produktive und schnelle Kommunikation" aller beteiligten Einrichtungen zu bieten, "wir wollen eine starke Präsenz auf dem deutschen Markt erzielen", so Braun.