

Die Präsentationsveranstaltung

Die Organisation einer, in jedem Falle erfolgreichen Präsentationsveranstaltung!

Eine Musicbusiness-Info von Franz Groihs von der **HITfabrik Musicbusiness-Company** über ein System für Projektverbesserung!

Die wichtige Frage: Warum soll eine Präsentationsveranstaltung durchgeführt werden?

Die Festlegung des Zieles einer Präsentationsveranstaltung ergibt folgende Antwort:

Das Ziel einer Präsentationsveranstaltung ist es möglichst viele relevante/selbstinszenierte Medien-Einschaltungen/Reaktionen zu bekommen!

Bei der Anwendung des vorliegenden Durchführungs-Systems (der HITfabrik Musicbusiness-Company) einer Präsentationsveranstaltung ist es egal wie viele Medien-Vertreter zu dieser Veranstaltung kommen oder nicht, denn nur die, hoffentlich von der Veranstaltungs-Firma richtig in die Wege geleitenden, gepuschten Reaktionen der Medien ist wichtig!

Wer ist der Verantwortliche einer Tonträger-Präsentationsveranstaltung?

Auch wenn sich Musicbusiness-Partnerfirmen bei einer Präsentationsveranstaltung vielleicht auch finanziell oder mit Manpower beteiligen, darf man keinesfalls vergessen, dass

- a.) ausschließlich eine Tonträgerfirma (eventuell mit einem beteiligten Musikverlag, ...) eine CD-Präsentationsveranstaltung verantwortlich durchzuführen hat.
- b.) ausschließlich ein internes Management (eventuell mit einem beteiligten Konzert-Tournee-Management, einer Tonträgerfirma, Musikverlag, ...) die Tourneestart-Präsentationsveranstaltung verantwortlich durchzuführen hat.

Planungsbeginn für eine Produkt-Präsentations-Veranstaltung

ist mindestens 3 Monate vor dem geplanten Veranstaltungs-Termin:

- 1.) Festlegung des Termins!
- 2.) Festlegung des Aufwandes der Veranstaltung!
- 3.) Festlegung des Budgets welches für die Veranstaltung benötigt und vorhanden ist!
- 4.) Zuständigkeitsfestlegung:
 - a.) Wer ist Auftraggeber? (Bei einer Tonträger-Präsentationsveranstaltung ist das die Tonträgerfirma und nicht der Interpret!)
 - b.) Wer bezahlt was? (Sind auch Sponsoren vorhanden?)
 - c.) Wer beteiligt sich bei dieser Veranstaltung (Projektpartner des Interpreten wie z. B.: interne Management des Interpreten, Musikverlag, usw. ... haben vielleicht Interesse sich an der Veranstaltung zu beteiligen)
 - d.) Wer hat Mitspracherecht?
 - e.) Welche Person entscheidet endgültig?
 - f.) Welche Person ist für die Koordination zuständig?
 - g.) Wer trägt wofür die Verantwortung?
 - h.) Wer ist für die Planung verantwortlich?
 - i.) Wer ist für die PR der Veranstaltung verantwortlich?
 - j.) Wer ist für die Durchführung verantwortlich?
 - k.) Die Festlegung der aktiv an der Präsentation beteiligten Personen:
 - Festlegung der an der Vorbereitung beteiligten Personen!
 - Festlegung der an der Durchführung beteiligten Personen!
 - Festlegung der an der Veranstaltung beteiligten Personen!
 - Festlegung der an der Endbearbeitung beteiligten Personen!
 - Wer macht was während der Veranstaltung?
 - Wer ist der Leiter der Veranstaltung, wer der Moderator?
 - Wie viel und welches technische Personal, Hilfspersonal wird wann, wo benötigt?
 - Wer sind die eigenen Fotografen, wer sind die eigenen Präsentationsberichtverfasser?
 - Wer wird als Person für den Gästempfang und die Gästeliste-Evidenzhaltung, eingesetzt?

3.) Festlegung der Gästeliste:

- a.) Medien (Presseagenturen, Presse, Rundfunk-, TV-Stationen, ...)
- b.) Medienwirksame Gäste (bekannte Persönlichkeiten wie z. B.: Politiker, Kostüm-Künstler*, Sportlerikonen, ...). Wenn man Interpreten-Musiker-Kollegen einladet, muss man aber vorab abklären, ob man sich sicher sein kann, dass diese nicht nur die Präsentationsveranstaltung nutzen um ihre eigenen Projekte bei dieser Veranstaltung gratis zu promoten! Für solche Trittbrett-Fahrer-Aktionen wird der Präsentationsaufwand sicherlich nicht gemacht!
- c.) Welche Bekannten, Freunde, sind bereit die Veranstaltung durch ihre positive Aktions-Erscheinung zu unterstützen? Man benötigt für so eine Veranstaltung einen, der Veranstaltung entsprechend gestellten „bunten Haufen“ von Personen!

4.) Terminüberprüfung:

- a.) Sind die zu präsentierenden Interpreten, die Musiker zu diesem dem Zeitpunkt verfügbar?
- b.) Sind die notwendigen medienwirksamen Gäste zu diesem Zeitpunkt verfügbar?
- c.) Entsteht keine Terminkollision mit ähnlichen Veranstaltungen?
- d.) Prüfung ob alle notwendigen Materialien (Tonträger mit Info, Presseinfo-Mappen, pressetaugliche Fotos, www-Seiten-Präsentation, Konzert-Tourneeplan, ...) zum Bedarfszeitpunkt verfügbar sind.

5.) Festlegung des Ortes der Veranstaltung:

- a.) Ist der Veranstaltungsort für die Durchführung geeignet?
- b.) Entspricht der Veranstaltungsort dem CI des Präsentations-Projektes?
- c.) Ist der Veranstaltungsort für alle Gäste leicht erreichbar (nicht zu weit von Verkehrsverbindungen)?

6.) Festlegung des Art der Veranstaltung:

Entspricht die geplante Veranstaltungsart auch dem CI des Präsentations-Projektes?

7.) Festlegung der benötigten Technik:

Welche Technik (Akustik-Anlage, Lichtanlage, Effekte, Bühnenaufbauten, Präsentations-Equipment, Video- Equipment, ...) wird benötigt?

8.) Festlegung des Promotions-Aufwandes:

- a.) Buchung von Inseraten in Monats-, Wochen-, Tages- und Fachzeitschriften für den Präsentations-Termin.
- b.) Gestaltung der Mails (Einladungen mit Infos über die Präsentation).
- c.) Wann und wo wird inseriert?
- d.) Es ist unter Umständen auch sinnvoll zusätzlich z.B. für alle Schülerzeitungs-Redakteure vorab eine Pressekonferenz zu veranstalten!

9.) Die Durchführung:

vier Wochen vor dem Termin:

werden von einer geschulten Person alle zuständigen Medien-Personen telefonisch kontaktiert.

- a.) Die vorhandenen Medien-Personenlisten werden dadurch auf den letzten Stand gebracht (in diesem Bereich ist die Personen-Fluktuation besonders hoch).
- b.) Es wird nachgefragt, ob die Person überhaupt für diesen Termin Zeit hat.
- c.) Egal ob ja oder nein, es wird angefragt, ob man eine Infomappe inklusive des Tonträgers zusenden soll.
- d.) Versenden der Infomappe inklusive des Tonträgers.

10-7 Tage vor dem Termin:

werden diese Medien-Personen nochmals anrufen.

- a.) Es wird nachgefragt, ob sie die Infomappe inklusive des Tonträgers erhalten haben.
- b.) Es wird nachgefragt, ob sie schon Zeit hatten den Tonträger durchzuhören.
- c.) Es wird informiert welche bekannten (medienwirksamen) Persönlichkeiten ihr kommen bereits zugesagt haben.
- d.) Es wird nachgefragt, ob sie zu der Präsentationsveranstaltung kommen können.

Bei der Präsentationsveranstaltung

Beim Empfang werden von zwei Mitarbeitern die Gäste empfangen, ihnen ein Getränk angeboten und deren Name (vielleicht inkl. Visitenkarte) in einer Besucherliste festgehalten. Von mindestens zwei eigenen Fotografen werden professionelle Fotos gemacht.

Wichtig sind Fotos von dem/der Interpreten/Interpretengruppe im Beisein von den, für diesen Zweck eingeladenen, medienwirksamen Personen.

Von mindestens zwei geeigneten Personen (ideal sind Profi-Journalisten) werden mehrere, eigene Presse-Berichte über die Präsentationsveranstaltung geschrieben.

Das Anforderungsprofil eines bei Präsentationen einzusetzenden Fotografen:

Bei Präsentationen benötigt man Fotografen, welche sich auf Grund ihres Auftretens die Aufmerksamkeit der zu fotografierenden Personen auf sich lenkt. Da sich dann die zu fotografierenden Personengruppen halbkreisförmig in Richtung des Fotografen präsentieren, entstehen lebendigere Fotos – ohne störende Rückenansichten.

Die Kamera sollte niemals (vor allem bei große Fotografen) von oben herab eingesetzt werden. Fotos bei welcher mit der Kamera in Schulterhöhe oder tiefer fotografiert wurden, lassen die zu fotografierenden Personen größer (überragender) erscheinen.

Die idealen Fotos werden sofort vervielfältigt (13x18cm) und mit dem notwendigem Etikett (wer sind die aufgenommenen Personen? Copyrighthinweis, Hinweis: "Abdruck honorarfrei", Kontaktadresse) versehen.

1 Tag nach der Präsentationsveranstaltung

werden alle Medienleute, welche nicht bei der Präsentationsveranstaltung erschienen sind nochmals telefonisch kontaktiert.

- a.) Man zeigt natürlich Verständnis warum diese Person nicht gekommen ist und spricht positiv über die Stimmung und den anwesenden medienwirksamen Personen.
- b.) Man bietet (natürlich honorarfrei/gratis) die vorhandenen Fotos und die eigenen Presse-Berichte an.

Die nicht bei der Präsentationsveranstaltung anwesenden Medienleute werden die Fotos und die vorbereiteten Presse-Berichte verwenden, um eigenen Presse-Berichte zu gestalten und um diese für ihre Artikel in der Zeitung zu verwenden. So war es für sie möglich, ohne viel Aufwand ein leicht verdientes Zeilenhonorar und Fotohonorar zu bekommen! Um das geht es diesen Medienpersonen!

Somit hat der richtig agierende, verantwortliche Präsentations-Veranstalter sein Ziel punktgenau erreicht. Und das, obwohl eine Vielzahl der eingeladenen Medienvertreter gar nicht anwesend waren! Gratulation!

Daher ist eine, nach den oben angeführten Richtlinien durchgeführte Präsentationsveranstaltung, wo auch kein einziger Journalist kommt, trotzdem sehr erfolgreich!

Fazit: Wer nach dem oben angeführten Konzept der **HITfabrik Musicbusiness-Company** konsequent vorgeht, wird das von ihm angestrebte Ziel sicher erreichen!

Detailliertere Informationen über die Organisation und Durchführung einer in jedem Falle erfolgreichen Präsentationsveranstaltung erhalten Sie im Rahmen unserer Musicbusiness-Seminare und -Beratungen!

Fehler welche bei Tonträger-Präsentationsveranstaltung sehr oft gemacht werden, da bei diesen oft vergessen wird wer, was, wie zu präsentieren hat!

1.) Nicht dafür zuständige, und inkompetente Personen führen unrichtig Tonträger-Präsentationsveranstaltungen durch:

Es werden viele Tonträger-Präsentationsveranstaltung von Hobby- und Semiprofi-Interpreten und auch von machen Profi-Interpreten durchgeführt, weil diese wegen ihrem Musicbusiness-Grundwissensmangel nicht wissen, dass sie als Interpreten dafür keinesfalls zuständig sind. Ausschließlich einer Tonträgerfirma, egal ob einer Independent-Tonträgerfirma oder einer Major-Company gehört der Tonträger, denn nur diese hat das Recht ihn zu verkaufen und daher ist nur sie verantwortlich die Tonträger-Präsentationsveranstaltung ordnungsgemäß durch zu führen. Wer ein eigenes Record-Label besitzt, sollte schnellstens lernen, welche Aufgaben ein Recordlabelbesitzer (als Independent-Company-Betreiber) hat!

2.) Die „Präsentations-Vermatschungs-Veranstaltung“!

Ein gleichzeitiges präsentieren von zwei Produkten (Interpreten-Bühnen-Projekt und Tonträger-Projekt) ist vermarktungstechnisch ein kompletter Nonsens!

Das ein Interpret oder eine Interpretengruppe auf der Tonträger-Präsentationsveranstaltung die Gelegenheit für einen Live-Auftritt nutzen, ist zwar unterhaltsam, lenkt aber von dem zu präsentierenden neuen Tonträger enorm ab. Daher hat man bei einer Tonträger-Präsentationsveranstaltung (wo ja der Tonträger, die neue CD/Vinyl-LP im Mittelpunkt stehen sollte) von einem Live-Auftritt tunlichst Abstand halten. Meist wird dann auch vergessen, dass eine Tonträger-Präsentations-Veranstaltung vor allem für Medienvertreter (und nicht für die Fans) durchgeführt wird!

Bei einer „Präsentations-Vermatschungs-Veranstaltung“ ist keine sinnvolle Manipulation der Medienvertreter möglich!

Nicht nur dass der Tonträger nicht ordnungsgemäß präsentiert wird, verwirrt man bei so einer Präsentationsveranstaltung, wo gleichzeitig zwei Produkte/Projekte (der Interpreten-Auftritt und der Tonträger) präsentiert werden, leider die, nicht immer professionell agierenden Journalisten/Redakteure. Auch wird dadurch eine sinnvolle Manipulation der Medienvertreter um die angestrebten Medien-Einschaltungen zu lukrieren unmöglich!

So eine „Vermatschungs-Veranstaltung“ entspricht daher keinesfalls den Vorgaben einer ordnungsgemäßen Tonträger-Präsentationsveranstaltung. Bei so einer „Vermatschungs-Veranstaltung“ fehlen die notwendigen Aktionen für eine Manipulation der Medienvertreter (egal ob sie anwesend sind oder nicht) um die gewünschten Medien-Einschaltungen zu erreichen. Weder haben die (meist nicht vorhandenen) Medienvertreter die notwendigen Infos über den Tonträger erhalten, noch konnte sie akustische Beispiele hören, welche von den (dann nicht selbst auftretenden/spielenden) Interpreten mit sinnvollen, interessanten Erklärungen begleitet werden.

Bei so einer „Präsentations-Vermatschung“ wie einer Tonträger-Präsentation mit einer gleichzeitig stattfindenden Konzert-Präsentation, ist die (hoffentlich) geplante Manipulation der Medienvertreter keinesfalls möglich.

Auch ist es für einen Medienvertreter wesentlich sinnvoller zu einer geschlossenen Tonträger-Präsentations-Veranstaltung zu gehen, welche ausschließlich für ihn (und seinen Kollegen) durchgeführt wird, und bei der er die Gelegenheit hat, mit (vom Veranstalter eingeladenen) interessanten Personen in Kontakt zu treten. Dann hat sich sein Besuch für ihn auf jedem Fall ausgezahlt, auch wenn der präsentierte Tonträger für ihn nicht so interessant war.

Leider werden oft solch unsinnige „Präsentations-Vermatschungs-Veranstaltungen“ auch von unrichtig/falsch agierenden Independent-Tonträgerfirmen, (welche sich auch noch fälschlicher Weise als Record-Label bezeichnen, - da sie glauben das ein Label eine Firma ist!?!?!?) wie auch immer öfter von Major-Record-Companies, durchgeführt. Diese Fehler passieren vor allem wegen einem, leider überall vorhandenen Musicbusiness-Grundwissens-Mangel!

Auch wenn dies oft so gemacht wird, es wird erst bei einer analytischen Betrachtung vollkommen klar, dass diese Vorgangsweise ein Nonsens ist!

Hinweis für die, welche dem Gesagten/Geschriebenen widersprechen wollen: Selbstverständlich kann man auch mit hohem Geldeinsatz und entsprechender Manpower diesen Fehler „das nicht nutzen der Vorteile einer ordnungsgemäßen Tonträger-Präsentationsveranstaltung“ wett machen. Eine (angebliche) Sinnhaftigkeit bei unsinnigen „Präsentations-Vermatschungs-Veranstaltungen“ erkennen garantiert nur die, leider sehr vielen Musicbusiness-Uninformierten!

***Der Kostüm-Künstler*:** Das sind Personen, welche sich der Allgemeinheit als „Künstler“ in der Öffentlichkeit bunt und möglichst avantgardistisch (oder was sie selbst als avantgardistisch halten/meinen) gekleidet präsentieren. Diese Personen sind vor allem wegen ihres Unterhaltungswertes für die breite Masse und daher auch selbstverständlich für die Medien und deren Vertreter interessant und daher für solche Veranstaltungen brauchbar. Wirkliche Künstler müssen sie keinesfalls sein. Sehr oft sind sie das auch nicht!*

Weitere, ergänzende Infos erhalten Sie von: office@hitfabrik.at
