

Beispiel einer Produktionsplanung im Musikbereich!

Die notwendige Istzustandsaufnahme (Analyse) für das zu produzierende Projekt:

- 1.) Analyse des möglichen verkaufbaren Images.
- 2.) Festlegung des anzustrebenden Zielpublikums.

Schaffung der Identifikationsmöglichkeiten (Logo-Wirkung) für Fans:

Siehe auch 007/ Musicbusiness-Infos der HITfabrik!

- 1) mit der Projektperson, dem Interpreten,
- 2) mit der Aussage und Art der Texte und der Musik

Schaffung der Identifikationsmerkmale (CD) des Projektes:

- 1) Aussehen des Interpreten auf das musikalische Projekt abstimmen
- 2) Persönliche Aussagen des Interpreten (bei Interviews) über:
 - a) Lebensgefühle: kritisch, unbeschwert, kämpferisch, usw. ...
 - b) Lebensstil: finanzielle Möglichkeiten (teure Hobbys - alternativer Lebensstil etc. ...)
 - c) Einstellung: zum eigenen und zum anderen Geschlecht, zur Umwelt (Gesellschaft/Politik/Natur), zu den anderen Musikschaffenden, (wichtig z.B.: keine Idole!)

Die für das Projektziel geeigneten, projektunterstützenden Titel werden für den geplanten Tonträger (CD-Album/Single) festgelegt. Wichtig: Nicht nur eigene, von dem Interpreten komponierte Titel sollten verwendet werden. Auch Werke von anderen Komponisten, sowie Cover-Versionen sollen in Betracht gezogen werden. Für diese Auswahl-Aktion benötigt man nur einfach produzierte Demos (z. B. nur mit Klavier und Gesang).

Realisierungsablauf des Interpreten-Projektes:

- 1.) Vorbesprechungen (2x3 Stunden wöchentlich in einem Monat) für die Projektfestlegung (Image, Titel usw. ...).
- 2.) Die Fixierung der Titel für Tonträger/Video, sowie für die Live-Präsentation wird gemeinsam mit dem Interpreten durchgeführt.
- 3.) Im Anschluss erfolgt die Auswahl, der für die jeweiligen Titel richtigen Arrangeure und Musiker.
- 4.) Arrangementbesprechung und Überwachung.
- 5.) Terminliche Festlegung und Überwachung der Tonaufnahmen.
- 6.) Das Erstellen der Infotexte und Fotoauswahl für Cover und Presse-Mappe, Fertigung des Covers und einer Presse-Info-Mappe in Zusammenarbeit mit dem Interpreten, Werbeagentur, Grafiker, Fotografen (wichtig ist auch die Bildregie bei Einzel- und Gruppenaufnahmen) und Druckerei.
- 7.) Organisatorische Abwicklungskoordination der Tonträgerfertigung.
- 8.) Durchführung der PR-Kampagne bei Radio- TV-Stationen, der Fachpresse und Yellow-Press, und der Tonträger-Präsentation (z.B. Auswahl des Rahmens, der geladenen Gäste, usw. ...) sowie die Tonträger- Bemusterung, in Zusammenarbeit mit einer PR-Agentur.
- 9.) Intensive Interviewtätigkeit des Interpreten bei allen relevanten Print-Medien und Sendungen der TV-und Rundfunk-Sendeanstalten. Wichtig ist, dass das Interview des Interpreten interessant, informativ und fanbindend gestaltet ist. Der Zuhörer möchte auch da unterhalten werden.

Zeitbedarfsplan(-Beispiel):

Projekterstellung:	4-10 Wochen
Auswahl der Projektpartner und Erstellung der Arrangements:	4-6 Wochen
Tonaufnahme und Mix:	8-10 Wochen
Tonträgerfertigung, Druck Cover, Infomappe:	6 Wochen
Präsentation und Interviewtätigkeit:	8 Wochen
Promotion-Tournee:	2 u. 6-8 Monate (für Österreich und für Deutschland)

Wichtig! Der Produzent trägt die Verantwortung:

Der Produzent ist für eine ordnungsgemäße

- 1.) Planung,
- 2.) Abklärung der Rechte,
- 3.) Produktionsdurchführung
- 4.) Vermarktung

und vor allem für die erfolgreiche des von ihm durchgeführten Projektes voll verantwortlich!

Dieses Rohkonzept beinhaltet die Grundlage für eine professionelle Markteinführung des "Produktes" im gesamten deutschsprachigen Tonträgermarkt.

Erst eine genaue Projektplanung und die gewissenhafte Durchführung der Produktion laut dem Produktionsplan sichern den angestrebten Erfolg!

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