

Standpunkt und Strategie

(Hamburg, 07.09.09) Kerngeschäft von EMI Music Publishing sind die Bereiche A&R (Artists & Repertoire) und Sales. Dem Führungsteam um Markus Hedke liegt nicht nur eine noch engere Zusammenarbeit mit den Autoren und Künstlern am Herzen, sondern auch die Intensivierung der Kontakte zu Werbekunden, Merchandisern und anderen Geschäftspartnern. Die Zusammenarbeit ist durch Partnerschaft gekennzeichnet; EMI Music Publishing ist Berater, Freund und Förderer und wird sich auch bei Bedarf intensiver in die Gestaltung der Titel einbringen, darüber hinaus stellt der Verlag den Autoren und Künstlern optimierte Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung

Dabei geht es auch um neue Vermarktungsmodelle für die Songs. Durch die Bündelung von Kompetenzen im Repertoirebereich und durch die Entwicklung und Einführung neuer Musik Katalogisierung- und Suchsysteme können Unternehmen heute sehr viel gezielter beraten werden, welche Songs zu ihren Produkten passen. „Wir warten nicht auf die Anfragen, sondern sprechen die Kunden aktiv an“, sagte Geschäftsführer Markus Hedke.

„Unser Fokus liegt darauf, im immer schnelllebiger werdenden Geschäft unseren Autoren und Vertragspartnern eine solide und beständige Zusammenarbeit zu bieten. Wir sind ihre Ratgeber und Förderer“, betonte EMI Music Publishing A&R Chefin Bahar Tozman. „Darüber hinaus gehört es nach wie vor zum Kerngeschäft, neue und vielversprechende Autoren und Künstler unter Vertrag zu nehmen. Allerdings werden wir in Zukunft noch wählerischer bei der Auswahl unserer Signings sein.“ In der Geschichte des Unternehmens gäbe es genug Beispiele dafür, dass EMI Music Publishing sehr früh Künstler und Autoren unter Vertrag nahm und mit ihnen arbeitete, bevor der große Durchbruch kam: Dazu zählen die Fanta 4 oder Juli oder jüngst Johannes Oerding. „Diese Art von Aufbau ist, abgesehen vom finanziellen Risiko, natürlich sehr arbeitsintensiv. Daher wählen wir sehr genau aus, mit wem wir eine Partnerschaft eingehen.“

„Das EMI Music Publishing-Netzwerk umfasst Kontakte zu Produzenten, Studios, Managements, Plattenfirmen, Konzertveranstaltern, Promotionagenturen, Merchandisern und anderen Geschäftspartnern“, sagte Christian Reinecke, Vice President Sales, EMI Music Publishing Germany. Die Abteilung Sales ermöglicht den Kunden den frühzeitigen Zugriff auf musikalische Neuheiten, anspruchsvolle Auftragskompositionen dank des großen, nationalen und internationalen Autoren-pools, Song-Pitching für neue Kampagnen und Filme - auch unter Einbindung der internationalen Büros - sowie Audio-Branding. Die Abteilung bietet umfangreiche Dienstleistungen von der schnellen Repertoire-Recherche und Rechtklärung, Musiklizenzen für Werbung und Film, Vermittlung von Masterrechten und Künstlerkooperationen bis hin zu Musikkonzepten für Markenartikler und Medienpartner. „Kreativität, Flexibilität und Pragmatismus stehen bei uns im Vordergrund“, sagt Reinecke. „Durch Werkzeuge wie unsere neue kreative Song-Recherche-Datenbank oder die Neuaufstellung unserer internationalen Service-Einheiten konnten wir unser Dienstleistungsspektrum in den vergangenen Monaten deutlich ausbauen.“

Mehr unter: http://www.ahuispr.de/Pressesupport/EMI-MUSIC-PUBLISHING_Pressemitteilung.htm

Pressekontakt: Kati Ahuis, AHUIS PR, Tel: 0172-1556446, Kati.ahuis@ahuispr.de

Hamburg, 07.09.2009

