

Darmstädter PR-Team agiert auf der nationalen und internationalen Bühne

Von außen unscheinbar, im Zentrum des Darmstädter Stadtteils Bessungen, liegt das Büro der Agentur Promoteam Schmitt & Rauch. Beim Eintreten in die Räumlichkeiten wird die Arbeitswelt der beiden kreativen Köpfe, Jutta Schmitt (re.) und Eric Rauch (li.), sofort sichtbar. Großformatige Künstlerfotos, nummerierte Sonderdrucke von Plattencovern und Goldene CDs zieren die Wände. Seit ihrem Start 1995 verzeichneten die Darmstädter eine rasante Entwicklung und avancierten zu einer der führenden PR-Agenturen in der Musikbranche.



Das Promoteam Schmitt & Rauch arbeitet bundesweit mit Tournee- und Konzertveranstaltern, Verlagen und großen Plattenfirmen zusammen. Dazu kommen die Betreuung der größten Verbrauchermesse Hessens und die Pressearbeit für Firmen. „Wir verstehen uns als



eine Art Bindeglied zwischen Künstlern, Künstlermanagements, Verlagen, Konzert- bzw. Tourneeveranstaltern sowie Plattenfirmen auf der einen Seite und den Medien auf der anderen Seite“, erklärt Eric Rauch. Und Jutta Schmitt ergänzt:

„Dies kann aber auch die Zusammenarbeit mit einer Institution, einem Unternehmen oder wie zuletzt mit dem Management einer Konzertarena beinhalten.“ Vor wenigen Wochen wurde die Agentur direkt von der Leitung der SAP-Arena in Mannheim beauftragt, die Promotion für das mittlerweile ausverkaufte Udo Lindenberg-Konzert zu übernehmen. Dies war übrigens das erste Mal, dass die SAP-Arena die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

für eine eigene Musikveranstaltung extern an eine Agentur vergab.

Das Team hat die Schwerpunkte ihrer Arbeit untereinander aufgeteilt. Jutta Schmitt leitet die PR für Konzerte und Tourneen, Eric Rauch ist für CDs-, DVDs- und Bücher zuständig. Sonderthemen und Promotioaufträge von Firmen werden von beiden gemeinsam bearbeitet. Über die

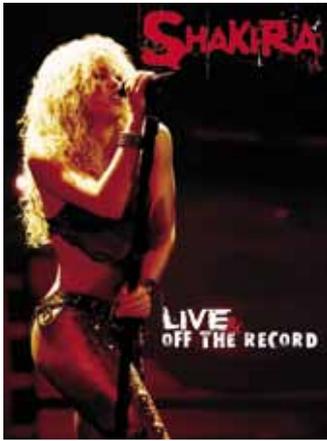


Jahre betreuten Jutta Schmitt und Eric Rauch die Pressearbeit für hunderte Konzerte, darunter nahezu alle nationalen und internationalen Top-Stars. Angefangen von den Rolling Stones, über U2, Genesis, Elton John, Leonard Cohen, Cher, David Bowie, Pink bis hin zu José Carreras, Marius Müller Westernhagen, Nena, Peter Maffay oder David Garrett. „Insbesondere bei Open Air-Konzerten oder großen Events bedarf es einer intensiven Planung, um die Marketinginstrumente, die Präsentationsabsprachen und die Print-, Rundfunk, TV- und Onlinepromotion optimal aufeinander abzustimmen“, erklärt Jutta Schmitt. Außerhalb der Musikbranche verpflichtete der als „Pferdeflüsterer“ bekannt gewordene Amerikaner Monty Roberts für mehrere Tourneen das Bessunger PR-Team.

Auch wenn der Markt im CD- und DVD-Segment durch illegale Downloads und das Brennen von CDs rückläufig

ist, hatten die Darmstädter in den letzten Jahren daran Anteil, dass zahlreiche Alben und Musik-DVDs mit Gold- und Platin ausgezeichnet wurden. Die Global Player Sony Music, EMI und BMG Rights sind seit vielen Jahren Auftraggeber der Agentur. Einer von

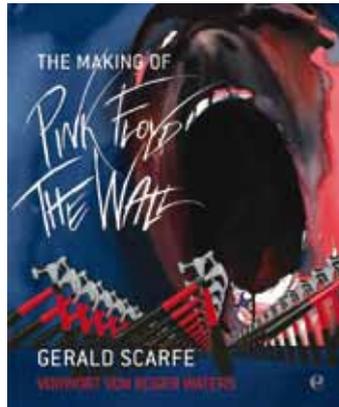




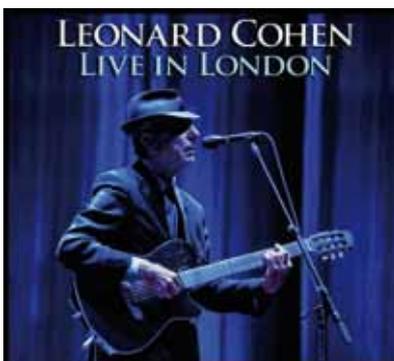
zahlreichen Höhepunkten war die DVD „Family Jewels“ von AC/DC, die inzwischen 3-fach Platin erreichte. Weitere CDs und DVDs von zum Beispiel Genesis, Bruce Springsteen, Roger Waters, Leonard Cohen oder Shakira wurden ebenfalls mit Gold- und Platin geehrt. Aber auch die erfolgreichen Jahre der Darmstädter Band

Paddy Goes To Holyhead unterstützte das Promoteam Schmitt & Rauch mit seiner Kreativität. „Die enge Zusammenarbeit mit den Künstlern und dem damaligen Management waren eine interessante Erfahrung, die uns auch später noch weiter half“, reflektiert Eric Rauch. Seit letztem Sommer zählt auch die Jimi Hendrix Stiftung „Experience Hendrix LLC“ zu den Kunden.

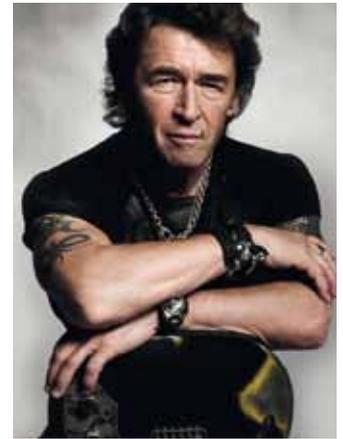
Die Pressearbeit für hochwertige Bücher ist ein weiteres Standbein der Agentur. Die Palette der bearbeiteten Bücher reicht von David Bowie- und Bob Dylan-Biographien über autobiographische Text-Bild-Bände des Rockpalast-Initiators, Peter Rüchel, oder des Pink Floyd-Bühnen- und CD-Designers Gerald Scarfe bis hin zu einem Buch über den Dalai Lama. „Einer von vielen Höhepunkten war auch die Zusammenarbeit mit dem Pink Floyd-Schlagzeuger Nick Mason für seine Autobiografie `Inside Out`. Mason erwies sich als äußerst korrekter Partner, der uns bei Lesungen, Interviews und Talkshows kooperativ unterstützte“, erinnert sich Eric Rauch.



„Neben dem Kerngeschäft ist uns der Blick über den Tellerrand wichtig“, erklärt Jutta Schmitt (M.A.), „daher nehmen wir auch immer ´mal wieder Firmenaufträge von außerhalb der Musikbranche an. In diesem Kontext gibt es ein Netzwerk aus Marketingfachleuten, Webdesignern und Grafikern, mit denen wir kooperieren.“ So gab und gibt es Anfragen von Wirt-

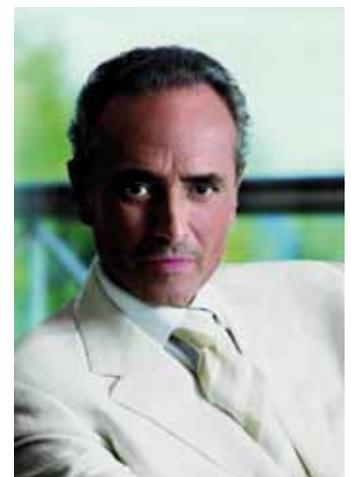


schaftsunternehmen für die Promotion eines Events oder auch für den Text und die Gestaltung von Werbebroschüren oder Kundenmagazinen. Seit mehreren Jahren arbeitet die Agentur für die größte Verbrauchermesse Hessens – die Messe Wächtersbach, bei der durchschnittlich 60.000 Besucher zu den Ausstellungen und Veranstaltungen kommen.



Die Vorbereitungen und Arbeiten für das Jahr 2012 laufen bereits auf vollen Touren. Konzerte von Nena, David Garrett oder Peter Maffay, Veranstaltungen wie die Messe Wächtersbach oder das Motocross-Spektakel „Night Of The Jumps“ sowie neue CD-Veröffentlichungen von David Sylvian und aus der CD-Box-Serie „Original Album Classics“ stehen auf

der Agenda. Dazu sind die Verhandlungen für die PR neuer Buchprojekte kurz vor dem Abschluss. Auf die Frage, ob es eine spezielle Aufgabe gibt, die sie noch gerne einmal betreuen würden, verweisen die beiden auf ein Engagement aus der Vergangenheit. Für mehrere Jahre kooperierten Jutta Schmitt und Eric Rauch mit einer Werbeagentur, die unter anderem für eine internationale Hotelkette arbeitete. „Unsere Aufgaben bestanden zum Beispiel darin, für das im Hotel ausgelegte Kundenmagazin Texte zu schreiben, Interviews zu führen oder durch unsere Kontakte Interviewpartner zu vermitteln bzw. an der Vorbereitung interner Events mitzuarbeiten. Dies waren vielfältige, reizvolle Themen – vom Interview mit `Miss Russland´ bis hin zur Vorstellung der Bodenseeregion als Wirtschafts- und Tourismusregion.“



**Weitere Infos unter www.promo-team.de
Kontakt: info@promo-team.de**