7. Pressemappe

Zur Akquise und redaktionellen Bemusterung

"Die Tagespresse schafft nichts Neues,
aber sie bringt es an den Tag" (Peter de Mendelssohn)

Warum eine Pressemappe wichtig ist

In der heutigen Zeit wird fast alles nur noch online erledigt. Millionen von Mails werden versendet und werden mehr oder weniger gelesen. Viele Zeitungs- und Radioredakteure oder auch viele Konzertveranstalter werden täglich mit Werbemails überflutet. Deshalb landen viele Mails mit Anhängen gleich im Spamorder und werden erst gar nicht gelesen.

Um einen Musikredakteur oder einen Veranstalter auf Euch aufmerksam zu machen, sagt eine ordentliche Pressemappe mehr aus, als eine Mail mit 10 MB Anhang.

Die meisten bekommen am Tag so viele Mails und freuen sich dann richtig, wenn Sie wieder mal von der Post einen Brief erhalten und etwas Ästhetisches auspacken können. Hier hat ein Entscheidungsträger etwas in der Hand, was er weiterleiten kann oder zu einer Besprechung mitnehmen kann. Es können natürlich auch Daten online versendet werden, nur sollte man vorher mit dem Empfänger kurz telefoniert haben, damit der auch weiß, dass er etwas von Euch bekommt, das wird dann auch gelesen.

Der Inhalt einer Pressemappe

Viele Musiker, Künstler und Bands könnten weit mehr Konzerttermine bekommen, wenn sie eine Pressemappe hätten, welche zumindest dem Standard entspricht oder durch ein anspruchsvolles Erscheinen das Interesse des Empfängers weckt. Und dabei ist es gar nicht so schwer, eine Pressemappe zusammenzustellen. Wir sagen Euch nun, was in einer guten Pressemappe zu finden sein sollte:

Die Pressemappe selbst

Die kann bedruckt oder unbedruckt sein. Die besten Pressemappen und das in allen Varianten und Preisstufen findet Ihr unter: www.mappenhaus.de. Die gibt es dort mit allen möglichen Laschen, Schlitzen, Materialien und Farben, einfach super die Firma. Lasst Euch dort beraten, wie der Aufdruck auf einer Mappe funktioniert.

Die Info-Blätter - dazu sollten gehören:

- Projektblatt mit Infos über Euch, die Band, die Musik, Euer Projekt
- Philosophie-Hintergrund - warum Ihr gerade diese Musik macht
- Biographie des Künstlers oder der Band, kurze Vita
- Infoblatt zur Besetzung der Gruppe, inkl. kleinen Fotos

- Presseblatt mit kleiner Zitatsammlung und/oder Headlines
- maximal drei einzelne aktuelle Pressekritiken (mehr liest niemand!)
- evtl. die aktuellen Tourtermine, die schon feststehen inkl. den Freiterminen
- Kurze Info zur Technik, kein kompletter Technical Rider, den erst später
- Infos über Euer Werbematerial, was kann der Veranstalter von Euch bekommen
- kleiner Marketingfahrplan zur Bewerbung Eures Konzertes, als kleine Anregung
- eine Referenzliste, natürlich nur mit den Erfolgsterminen
- Infoblatt mit Euren Kontaktdaten, Agentur, Booker oder Euer Tourneeveranstalter

Weiterer Content (Inhalt) Eurer Pressemappe
- Drei bis Fünf gute Pressefotos (Muster siehe Punkt "Fotosession")
- Euer fertiges DIN-A2 Plakat als Blankomuster
- Eure Demo-CD mit max. fünf Songbeispielen (nur Anspieltipps, mehr hört keiner!)
- alternativ Eure fertige CD, die es auch im Handel gibt
- falls vorhanden eine CD-Extra oder DVD mit Videoclips von Euch (Livekonzert!)
- Eine anständige Visitenkarte im Visitenkartenschlitz

Auf allen Drucksachen sollte natürlich gut lesbar und deutlich sichtbar
Eure Webadresse zu finden sein. Dazu aber mehr im Punkt "Eigene Homepage".

Muster einer Pressemappe
Das hört sich natürlich im ersten Moment nach viel Aufwand und hohen Kosten an, ist aber nach guten Vorbereitungen alles erschwinglich und realisierbar. Wir aktualisieren gerade die Pressemappe für Gustavo Lastra, die wir demnächst hier veröffentlichen. Vorab haben wir aber ein Muster einer Pressemappe für Euch, die wir für ein anderes Projekt, die Mondschein-Märkte entwickelt haben. Ihr findet das PDF-File unter:

Seht Euch einfach ein paar Pressemappen Euer Mitbewerber an. Dort werdet Ihr bestimmt ein paar schöne Anregungen finden. Man kann natürlich noch ein paar Gummibärchen oder andere lustige Give-Aways für den Zeitvertreib dazulegen, während ein Veranstalter sich die Musik von Euch anhört.

Versand der Pressemappen
Wer über genügend finanzielle Mittel verfügt, kann natürlich 500 oder 1.000 Pressemappen fertigstellen und dann in einem Schwung unaufgefordert an Clubadressen senden. Um aber Kosten bei der Pressemappe zu sparen, empfehlen wir Euch eine kleine Auflage von z.B. 100 oder 200 Pressemappen. Mit diesen Mappen könnt Ihr erst einmal starten.

Wir rufen z.B. vorher jeden möglichen Veranstalter kurz an und fragen, ob er generell an einem bestimmten Künstler oder Musikprojekt interessiert ist. Wenn ja, fragen wir, ob wir dann unverbindlich eine Pressemappe zusenden können. Wichtig ist, dass man von Anfang an eine gute und offene Kommunikation mit den Veranstaltern führt und nicht einfach blindlinks die Mappen versendet. Der Streuverlust wäre dann zu hoch und es wäre schade, wenn teure Mappen ungelesen im Papierkorb verschwinden.

Hat man vorher gefragt, kann man auch später wieder anrufen um nachzufragen, ob die Mappe gut angekommen ist und ob der Veranstalter die Mappe schon gesehen und die Musik schon gehört hat. So schafft man immer eine gute Grundlage für weitere konstruktive Gespräche und spätere Terminierungen.

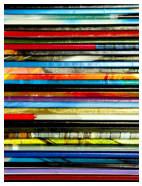
Weiterer Nutzen der Pressemappe

Die Pressemappe dient natürlich nicht nur dazu, um Konzerttermien zu akquirieren. Ist ein Termin vereinbart worden und wird dieser dann beworben, kann man den Veranstalter fragen, wieviel Mappen er für die Presse braucht. In der Pressemappe legt man dann nur die Einlegeblätter dazu, die die Presse auch benötigt, den Technical Rider, also die technischen Anforderungen, könnt Ihr dort z.B. weglassen.

Mit einer ordentlichen Pressemappe habt Ihr immer eine gute Voraussetzung, um bei einem Veranstalter einen guten Eindruck zu hinterlassen. Vor allem weil der Veranstalter sieht, dass auch für seine Kontakte zur Presse ordentliches Material bereitsteht, wenn er ein Konzert mit Euch veranstaltet und bewirbt.

Wichtig wäre jetzt noch der Pressetext. Doch dazu schreiben wir Euch später an dieser Stelle noch mehr und geben Euch ein aktuelles Beispiel von Gustavo Lastra. Als Vorab-Info aber: sendet Eure Pressetexte den Redakteuren immer als offene Word-Datei, also als .doc - keine PDF-Files. Denn nur so können die Zeitungsredakteure die Pressetexte aus dem Dokument kopieren und in ihre Vorbereitungen einfügen. Das spart Zeit und meistens werden gute Pressetexte auch gerne 1:1 übernommen.

Unser Service zur Herstellung einer Pressemappe

Da wir mit der Erstellung von Pressemappen gute Erfahrungen haben, beraten wir Euch gerne in allen o.g. Punkten oder unterstützen Euch bei der Herstellung einer kompletten Pressemappe. Es gibt auch die Möglichkeit hochwertige Press-Kits herzustellen. Das sind fertig bedruckte kleine Prospekte mit einer integrierten CD-Rom, auf der dann auch alle Daten digital zu finden sind. Auch hierzu schreiben wir später mehr. Gerne erstellen wir Euch für Eure Pressemappe ein detailliertes Preisangebot.

Lasst Eurer Fantasie freien Lauf und bringt alles in eine saubere ästhetische Form. Wenn Ihr Eure Werbematerial so präsentiert, habt Ihr gute Chancen, an Konzertermine zu kommen. Alles entscheidend wird aber immer noch Eure Musik sein. Wenn die dann auch noch stimmt, geht es nur noch um die Gagenverhandlungen und um die Terminabsprachen - und schon seit Ihr am Start.