

echo.woche



ein special von musik.woche zum echo 2010

märz 2010

New Yorker: Style & Music

New Yorker - Ihr kompetenter Partner für innovatives
Musikmarketing und effektive Ambient Media-Konzepte



Meet us @ ECHO: Wir sind wieder mit unserer Lounge dabei!
Besuchen Sie uns auch unter www.newyorker.de

NEWYORKER

Dress for the moment.

Das Erste 

Das Erste Echo,
dem die Stars nach Berlin gefolgt sind.

Das Erste bedankt sich bei allen Teilnehmern
und gratuliert den Gewinnern.



ECHO

DEUTSCHER MUSIKPREIS

2010

DasErste.de

Musik, Musik, Musik

Seit 1992 ist die Verleihung des Deutschen Musikpreises Echo der Höhepunkt eines jeden Musikjahres. Künstler werden für ihre herausragenden kreativen Leistungen ausgezeichnet. Wer den Echo erhält, darf sich zu den Besten der Besten zählen.

Aber auch wenn der Künstler an diesem Abend zu Recht im Rampenlicht steht, sollten wir diejenigen nicht vergessen, die ihm auf seinem Weg zum Erfolg zur Seite gestanden haben. Die Komponisten und Textdichter, die Produzenten, Toningenieur und Mitarbeiter der Plattenfirmen, die sich mit großem persönlichen Engagement dem Ziel verschrieben haben, den Künstler bei der freien Entfaltung seines Talentes und seines Könnens zu unterstützen.

Denn künstlerische Höchstleistung braucht Freiräume. Sie kann sich nur dann entwickeln, wenn sich Künstler mit ihrer ganzen kreativen Energie auf ihre Arbeit konzentrieren können. Eine wesentliche Voraussetzung für die Schaffung dieser Freiräume ist, dass Künstler für ihre Leistung fair entlohnt werden. In einer zunehmend komplexer werdenden Welt nimmt die Bedeutung der Musikwirtschaft deshalb eher zu als ab. Sie liefert die notwendigen Strukturen zur Schaffung dieser künstlerischen Freiräume. Wer beispielsweise glaubt, dass ein kostenloses Internet die bestehenden Strukturen ersetzen kann, verwechselt mehr oder minder ambitioniertes musikalisches Laientum mit professioneller, künstlerischer Qualität.

Wenn der Echo zum 19. Mal vergeben wird, dann wird der Preis zum zehnten Mal in Folge in Berlin verliehen. Einer Stadt, in der Kultur und kulturelles Engagement groß geschrieben werden und die darüber hinaus auch noch das politische Zentrum Deutschlands ist. Es bleibt zu wünschen, dass die Politik bald die Weichen stellt, um auch in Zukunft die künstlerischen Freiräume erhalten zu können, aus denen künftige Echo-Preisträger hervorgehen können.

Mit seinen großartigen emotionalen Momenten trägt der Echo dazu bei, die Bedeutung der Musik für unser Land und unsere Gesellschaft erlebbar zu machen. Der Echo ist deshalb nicht nur eine Preisverleihung. Er ist auch ein Bindeglied zwischen Künstlern, Medien, Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Ein Abend, an dem für Nominierte und Preisträger, auftretende Künstler und Gäste sowie die vielen Millionen Fernsehzuschauer nur eins zählt: Musik, Musik, Musik.

Ich wünsche Ihnen einen unvergesslichen Echo 2010!

Ihr
Prof. Dieter Gorny
 Vorstandsvorsitzender
 Bundesverband Musikindustrie e. V.



Interview mit Stefan Michalk und Gerd Gebhardt

„Wem der Echo nicht gefällt, der sollte einfach zu Hause bleiben“

Berlin – Rückkehr zu bewährten Rezepten: Nach viel Kritik im vergangenen Jahr kommt dem Beobachter manches an der diesjährigen Echo-Verleihung schon von früher bekannt und vertraut vor. Executive Producer Gerd Gebhardt und Stefan Michalk, Geschäftsführer des Bundesverbands Musikindustrie, erläutern die Begleitumstände.

MusikWoche: Im Vorfeld der diesjährigen Echo-Verleihung meldete sich der frühere Chef eines Majors mit einem Blogbeitrag zu Wort, in dem er behauptete, weder Popkomm noch Echo „ziehen noch“. Können Sie diese Einschätzung nachvollziehen?

Stefan Michalk: Offen gesagt halte ich das für ziemlich billigen Populismus. Ich glaube, es handelt sich um den gleichen Ex-Manager, der im vergangenen Jahr erst die Charts für völlig überholt erklärte, um dann kurze Zeit später per Rundmail den Chartseinstieg seines Künstlers zu bejubeln. Veranstaltungen wie der Echo werden immer gern von denen kritisiert, die keine Chance haben, einen zu bekommen, oder die nicht eingeladen sind. Wem der Echo nicht gefällt, der sollte einfach zu Hause bleiben. Wir zwingen ja niemanden, zu kommen.

MW: Warum findet die Verleihung dieses Jahr nicht wieder in der O2 World statt?

Michalk: In diese Entscheidung wird immer zu viel hineininterpretiert. Als wir im Entscheidungsprozess für 2010 waren, hatte die O2 einfach keine passenden Termine frei. Dann hat uns die Messe Berlin als langjähriger Partner ein attraktives Angebot gemacht, weil man den Echo gern in Berlin halten wollte. Ein Vorteil des Messengeländes in Berlin ist sicher die unmittelbare Nähe von Verleihung und Party. Wir haben im vergangenen Jahr gesehen, dass der Echo aber auch in der großen Halle gut funktioniert. Wie immer im Leben hat jedes Vor- und Nachteile.

Gerd Gebhardt: Als wir den neuen Termin mit allen Beteiligten abgestimmt hatten, war es nicht möglich, die O2 World für eine Woche zu kriegen. Andererseits finde ich persönlich sowieso, dass wir bei der

Messe eine Größenordnung haben, die besser zum Echo passt. Für mich ist das intimer und damit auch etwas glamouröser; es hat mehr von der Emotion einer Award-Verleihung. Und deshalb eignet sich die Messe nach meinem Ermessen besser dafür. In der O2 World war es eher eine Popshow.

MW: 2009 gab es Kritik an der Organisation. War die berechtigt? Wie hat sich das für dieses Jahr ausgewirkt?

Michalk: Wir haben beim Echo 2009 faszinierende Bilder aus der O2-Arena gesehen. Viele sind hinterher gekommen und haben gesagt, dass das der beste Echo aller Zeiten



Freut sich auf den „Echo der kurzen Wege“: Stefan Michalk

gewesen sei. Leider haben Fehler bei der Party-Organisation einiges vom insgesamt positiven Eindruck wieder zunichte gemacht. In diesem Jahr haben wir wieder einen Echo der kurzen Wege.

Gebhardt: Die Kritik war sicher berechtigt; es gab einiges, was nicht in Ordnung war. Das hing auch damit zusammen, dass alle, die dabei waren, neu waren, vom Fernsehsender bis hin zur Produktionsfirma und den Verantwortlichen für die Aftershowparty. In einer solchen neuen

Konstellation passiert es dann leicht, dass bestimmte Dinge nicht mehr so vorhersehbar sind, wie sie mal waren.

MW: Eine solche Veranstaltung kostet viel Geld – war es jetzt schwieriger als in den Vorjahren, die Finanzierung über Sponsoren zu sichern?

Michalk: Überraschenderweise viel schwieriger als im Megakrisenjahr 2009. One-off-Veranstaltungen sind immer schwer zu vermarkten. Wir müssen hier mehr intelligente Konzepte entwickeln, um den Auswertungszeitraum für den Sponsoringpartner zu verlängern.

MW: 2010 wird als Jahr der drei Echos – mit separaten Veranstaltungen für Jazz und Klassik – in die Annalen eingehen. Auch der Ruf nach einem Volksmusik/Schlager-Echo verstummt nicht. Wird das nicht ein wenig zu viel?

Michalk: Darüber gibt es unterschiedliche Auffassungen. Ich glaube, wir müssen den Echo als starke Musik-Entertainment-Marke weiterentwickeln. Ich kann nicht erkennen, dass der Ur-Echo unter dieser Diversifikationsstrategie bisher gelitten

hat. Während gleichzeitig eine Veranstaltung wie der Echo Klassik diesem Genre viel Aufmerksamkeit verschafft hat. Dass Deutschlands bekanntester Fernsehmoderator Thomas Gottschalk einmal den Echo Klassik moderiert, wäre vor ein paar Jahren sicher noch schwer vorstellbar gewesen.

Gebhardt: Ich finde, dass der Echo Klassik, den ich damals mit Prof. Werner Hay und den Vorständen ins Leben gerufen habe, eigentlich als Ergänzung genügen sollte. Aber natürlich finden viele, dass ihre ▶



WARNER MUSIC GROUP
CENTRAL EUROPE

ALBUM DES JAHRES
KÜNSTLER HIP-HOP/URBAN
BESTES VIDEO NATIONAL

PETER FOX

BESTE MUSIK-DVD-PRODUKTION NATIONAL
BESTER LIVE ACT NATIONAL

PETER FOX & COLD STEEL

BESTER NEWCOMER NATIONAL

THE BASEBALLS

BESTE MUSIK-DVD-PRODUKTION NATIONAL

UDO LINDENBERG



GRUPPE ROCK/ALTERNATIVE INTERNATIONAL

GREEN DAY

GRUPPE ROCK/ALTERNATIVE INTERNATIONAL

BILLY TALENT

KÜNSTLER ROCK/POP NATIONAL

ROGER CICERO



GRUPPE ROCK/ALTERNATIVE NATIONAL

DIE TOTEN HOSEN



KÜNSTLER ROCK/POP NATIONAL
BESTE MUSIK-DVD-PRODUKTION NATIONAL

DAVID GARRETT



ECHO

DEUTSCHER MUSIKPREIS

2010

LIEBE GEWINNER, NOMINEES, FREUNDE
UND PARTNER: DAS HIER IST

für Euch.

Musikrichtung mehr Aufmerksamkeit verdient. Und deshalb haben wir dieses Jahr auch noch den Jazz Echo. Ich persönlich bin der Meinung, dass das eventuell in die falsche Richtung geht. Eine Marke stärken – das heißt auch, eine Marke bewahren. Es gibt schließlich auch keine fünf verschiedenen Grammys.

MW: Mehrere Echo-Verleihungen, mehrere Branchenmeetings – führt der Verlust von zwei zentralen Kristallisationspunkten wie früher Popkomm und Echo nicht zu einer Schwächung der Außendarstellung der deutschen Musikwirtschaft?

Michalk: Beim Echo sehe ich genau den gegenteiligen Effekt, weil sich die Veranstaltungen an unterschiedliche Zielgruppen richten. Dagegen sind die Überschneidungen bei den Branchenmeetings viel größer. Dort fehlt es an dem Event, bei dem die Großen der Branche auf die Großen der Medien und die Großen der Politik treffen.

Gebhardt: Beim Echo haben wir ganz klar einen Kristallisationsschwerpunkt einmal im Jahr. Da kommen alle zusammen, ob Independents oder sogenannte Majors, ob Produzenten oder Promoter. Leider hat man die Popkomm anderen Interessen geopfert. Leider – denn ich glaube, es wäre gut gewesen, eine starke Popkomm zu haben, die einmal im Jahr mit überregionaler Bedeutung und mit internationaler Beteiligung stattfindet. Im Moment sieht es so aus, als wolle man den Panel-Tourismus neu erfinden; es gibt ja auch viele Leute, die sich damit über Wasser halten. In jeder größeren Stadt findet irgendwas statt, und das mag ja auch alles von regionaler Bedeutung sein. Aber eine überregionale Veranstaltung, egal wo, fände ich sehr gut.

MW: Bleibt Berlin 2011 Echo-Hauptstadt?

Michalk: Andere Mütter haben auch schöne Töchter.

Gebhardt: Da kann ich nur das sagen, was ich immer sage. Nach dem Echo setzt man sich zusammen, und es wird wirklich immer wieder ernsthaft darüber diskutiert. Wir hatten auch dieses Jahr sehr gute Angebote von anderen Städten, haben uns am Ende aber doch wieder für Berlin ent-

schieden. Aber es ist immer wieder neu in der Diskussion; deshalb ist nichts gesetzt.

MW: In den vergangenen Jahren haben viele Schauspieler die Laudationes auf Musiker gehalten, während bei Film-Events kaum Musiker als Laudatoren gesichtet werden. Könnten Sie sich vorstellen, diese Reden künftig ausschließlich



Will die Marke bewahren: Mr. Echo Gerd Gebhardt

Musikern zu überlassen, beispielsweise mehr Newcomern oder Veteranen?

Michalk: Ein guter Musiker muss nicht unbedingt auch ein guter Redner sein.

Gebhardt: Ich finde, es ist eine schöne Mischung, wenn Leute aus dem Entertainmentbereich – und dazu gehören natürlich Schauspieler, Musiker, Moderatoren – in einer Echo-Verleihung mit dabei sind und als Laudator fungieren, wenn sie denn wollen und können. Genauso gut würde ich es finden, wenn sich noch mehr Musiker engagieren würden.

MW: Bei den Grammys ist fast jeder Live-Auftritt eine überraschende oder exklusive Kooperation von Künstlern, die sonst nicht zusammen auftreten. Können Sie sich das auch für den Echo vorstellen?

Michalk: Der Auftritt von Stefanie Heinzmann mit Lionel Richie war sicher eines der Highlights der letzten Echo-Verleihung. Wir würden uns das häufiger wünschen, allerdings ist es nicht immer ganz einfach, die Künstler zusammenzubringen. Aber warten wir doch mal ab, was dieses Jahr alles auf der Bühne passieren wird.

Gebhardt: Wir werden sicher auch diesmal etwas erleben, was solchen Erwartungen entgegenkommt. Aber das ist in Deutschland generell schwerer; es wäre wahnsinnig aufwendig, wenn man das, was beim Grammy passiert, hierher verfrachten würde. Allein schon die Reisekosten könnte kein Mensch bezahlen. Wenn etwas passiert wie beim Grammy – toll, wunderbar, wir werden es nicht verhindern. Aber man kann es nicht erzwingen.

MW: Haben Sie keine Sorge, mit dem Moderatorenpaar Sabine Heinrich und Matthias Opdenhövel, das ja quasi parallel auch beim Oslo-Casting zehnmal auf den Bildschirmen zu sehen ist, die Ausnahmestellung des Echo aufs Spiel zu setzen?

Michalk: Die Moderatorenfrage ist bei einer solchen Veranstaltung sicher nicht unwichtig. Aber Moderatoren kommen und gehen, während der Echo bleibt.

Gebhardt: Am Anfang war ich nicht sehr glücklich, weil ich dachte, dass der Echo ein bisschen wie ein Appendix zu „Ein Song für Oslo“ fungiert. Jetzt sehe ich das etwas lockerer. Denn der Echo ist eine so starke Marke, dass der Abend in jeder Umgebung für sich funktioniert. Die beiden Moderatoren waren nie in Frage gestellt; beide sind musikkaffin und können was. Und letztlich liegt diese Entscheidung natürlich bei unserem Partnersender.

MW: Auf welchen Act freuen Sie sich in diesem Jahr ganz besonders?

Michalk: Robbie Williams ist als begnadeter Entertainer immer ein Erlebnis. Aber am meisten freue ich mich auf Gossip und Beth Ditto.

Gebhardt: Seitdem ich den Echo machen darf, verhalte ich mich relativ neutral. Es gibt eine ganze Reihe von Künstlern, die ich sehr gut finde; einen einzelnen möchte ich aber nicht hervorheben. Ich freue mich, wenn alle da sind und wenn alle gut performen. Wenn die Sieger sich freuen und die Nominierten ebenfalls, und wenn sich die Laudatoren und Gäste ebenfalls wohlfühlen – dann bin ich auch zufrieden.

„Eine Marke stärken – das heißt auch eine Marke bewahren“

**WIR GRATULIEREN UNSEREN NOMINIERTEN
KÜNSTLERN UND ECHO GEWINNERN :**

ANDREA BERG
ANNETT LOUISAN
BEYONCÉ
BRUCE SPRINGSTEEN
CHERONA
DANIEL SCHUHMACHER
DIE FLIPPERS
DIE ZIPFELBUBEN
GOSSIP
HANSI HINTERSEER
INA MÜLLER
JOCHEN DISTELMEYER
KINGS OF LEON
MARIT LARSEN
P!NK
PETER MAFFAY
PETRUTA KÜPPER
SILBERMOND
WHITNEY HOUSTON



SONY MUSIC

Alle Echo-Sieger 2010

Triple-Triumph für Lady GaGa

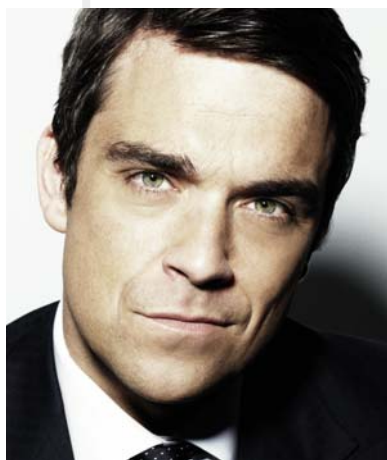
Berlin (mw) – Auf den ersten Blick birgt die Liste der diesjährigen Echo-Preisträger keine großen Überraschungen. Doch sie zeigt wieder einmal, wie facettenreich die Musiklandschaft in den deutschen Charts ist. Dort tummelten sich im vergangenen Jahr neben der internationalen Abräumerin Lady GaGa so unterschiedliche Acts wie Jan Delay und Silbermond, die jeder zwei Trophäen von der Preisverleihung 2010 mitnehmen.

Künstler international Rock/Pop

Robbie Williams
The In Good Company/
Chrysalis/Capitol/EMI

A&R: Chris Briggs
Produktmanager: Jan Mehlhose
Marketing Assistent: Stefanie Gräfenstein
Digital Marketing: Kamran Soroush
Pressepromotion: Harald Engel, Leila Benameur
Radiopromotion: Andreas Reitz, EMI GSA Radio Promotion Team
TV-Promotion: Giacomo LaTragna, EMI GSA TV Promotion Team
Management: ie:music
Verlag: Farrell Music
Booking: MCT
Produzent: Trevor Horn
Verkaufszahlen: Fünffachgold

Statement Produktmanager Jan Mehlhose, Head of Marketing & Promotion Young Pop GSA: „Robbie Williams hat in diesem Jahr gezeigt, dass er nach wie vor der größte Entertainer des Planeten ist und Musik macht, die die Massen bewegt. Sein von Trevor Horn produziertes Album ‚Reality Killed The Video Star‘ hat Fans wie auch die Kritiker begeistert. Robbie hat sich dem Publikum als gereifte Persönlichkeit präsentiert, die die Sehnsüchte seiner Fans in den Mittelpunkt stellt. So wurde einer beispiellosen Medienkooperation mit ProSieben durch ein Gratiskonzert für 15.000 Fans in Berlin die Krone aufgesetzt, das ProSieben zusätzlich ausgestrahlt hat. Hier wurde auch deutlich, welche wichtige Rolle Deutschland für Robbies Karriere hat, was er durch mehrere Liebesbekenntnisse auf der Bühne unterstrich. Zudem ist die Imagekampagne zur Goldsingle ‚Bodies‘, die die gesamte Kampagne auf ProSieben begleitet hat, sicherlich an niemandem vorbeigegangen. Nun schließt sich der Kreis mit Robbies Echo-Auftritt und einem weiteren Exklusivkonzert in Deutschland. Wir freuen uns sehr, dass Robbie beim wichtigsten Preis der deutschen Musikindustrie jetzt insgesamt sieben Awards gewinnen konnte.“



Künstler national Rock/Pop

Xavier Naidoo
Naidoo Records/tonpool

Produktmanager:
Marketing Söldner, Konrad von Löhneysen und Peer Kurrer
Pressepromotion: Merle Lotz,
PR Medienservice
Radiopromotion: Tatjana Seyfarth, PoolPromotion



TV-Promotion: Jörg Heinrich, Public Image
Management: Stefanie Johst, Naidoo Records
Verlag: Warner Chappell
Booking: Stefanie Johst, Naidoo Records
Produzent: Xavier Naidoo, Michael Herberger
Verkaufszahlen: Zur Veröffentlichung des Dreifachalbums „Alles kann besser werden“ im Oktober 2009 wurde bereits Goldstatus erreicht, und mittlerweile ist auch der Platinstatus weit überschritten. Statement Konrad von Löhneysen, Peer Kurrer, Marketing Söldner: „Es ist uns eine Ehre, seit nunmehr fast neun Jahren mit Xavier Naidoo zusammenzuarbeiten. Er war im abgelaufenen Jahrzehnt der herausragende deutsche Solokünstler, der sich durch Talent, unglaubliche Kreativität, Disziplin und Menschlichkeit auszeichnet. Auf das nächste Jahrzehnt!“

Künstlerin international Rock/Pop Hit des Jahres Newcomer international

Lady GaGa
Streamline/
Interscope/Konlive/
Cherrytree/UID/
Universal

A&R:
Vincent Herbert & Martin Kierszenbaum
Produktmanager:
Sergio Garcia Vidal
Pressepromotion:
Katja Behrens
Radiopromotion:
Jahn Harrison
TV-Promotion:
Anja Stöckert
Management:
Troy Carter
Verlag: Sony/ATV
Booking: music pool europe
Produzent: Vincent Herbert
Verkaufszahlen: mehr als Dreifachplatin
Statement Sergio Garcia Vidal, Produktmanager: „Der Star des Jahres 2009 war zweifelsohne Lady GaGa mit ihrem kometen-



haften Aufstieg zum globalen Superstar. Mit ihrer Musik, ihren Shock-Art-Performances und ihrem Image als stylisches, modebewusstes Multitalent mit Hang zum Exhibitionismus trifft sie wie keine andere Künstlerin derzeit den Nerv der Zeit.“

Künstlerin national Rock/Pop

Cassandra Steen
Urban/UDR/Universal

A&R: Neffi Temur
Produktmanager: Chantal N'Dombasi
Pressepromotion: Presse Peter, Peter Göbel
Radiopromotion: Dirk Schömb
TV-Promotion: Jörg Heinrich, Public Image, Dietmar Punte, Universal Music Domestic UDR
Management: Sekou Neblett, UBIQ Management
Verlag: Red, Black & Green / Arabella Musikverlag/Universal Music Publishing
Booking: A.S.S. Concert & Promotion
Produzent: Marek Pompetzki, Paul NZA, Andreas Herbig, Mathias Grosch
Verkaufszahlen: Single „Stadt“ mit Platinstatus, Album „Darum leben wir“ mit Goldstatus
Statement Chantal N'Dombasi, Produktmanager: „Mit ihrem Goldalbum, „Darum leben wir“, hat sich Cassandra Steen in die

Herzen Deutschlands gesungen und somit ihren Durchbruch als Solokünstlerin geschafft. Eine Ehre, die für die Stuttgarterin eine wunderbare Bestätigung ihres musikalischen Schaffens darstellt; ein Geschenk, das man gar nicht hoch genug bewerten kann. Von dieser Ausnahmekünstlerin sind auch in Zukunft noch viele große Emotionen und großartige Songs zu erwarten.“



Gruppe international Rock/Pop

Depeche Mode
Mute/EMI

A&R: Daniel Miller
Produktmanager: Anne Haffmans
Pressepromotion: Alexandra Dörrie, Another Dimension
Radiopromotion: Andy Reitz & EMI-Radioteam
TV-Promotion: Giacomo La Tragna, EMI TV-Promotion
Management: Jonathan Kessler, Baron Inc
Verlag: EMI Music Publishing
Booking: Marek Lieberberg Konzertagentur
Produzent: Ben Hillier
Verkaufszahlen: mehr als 300.000 verkaufte Einheiten
Statement Anne Haffmans, Geschäftsführerin Anne Haffmans Consulting: „Depeche Mode sind eine der wenigen Bands, die seit ihrem Karrierebeginn in den frühen 80er-Jahren kontinuierlich großartige Alben abgeliefert und dabei nie an Erfolg eingebüsst haben. Das



zwölfte Studioalbum kletterte in 21 Ländern an die Spitze der Charts und war in Deutschland nicht nur eines der am schnellsten verkauften Alben 2009, sondern auch das fünfte Studioalbum der Band in Folge, das es an die Spitze geschafft hat. Eine große Gruppe mit einem beeindruckenden musikalischen Werk und einem ganz eigenen, sowohl kompromisslosen als auch prägnanten Musikstil.“

Gruppe national Rock/Pop Erfolgreichster Live-Act national

Silbermond
Columbia Deutschland/
Sony Music Columbia Deutschland/Sony Music

A&R: Joachim Braun
Produktmanager: Carl Taylor
Pressepromotion: Dominik Gebhard
Radiopromotion: Tatjana Seyfarth, Poll Promotion
TV-Promotion: Jörg Heinrich, Public Image
Management: Ulf Wenderlich

Verlag: EMI Publishing
Booking: Undercover
Produzent: Valicon/Bernd Wendland, Ingo Politz

Statement Carl Taylor, Produktmanager Columbia Deutschland: „Silbermond haben mit ihrem dritten Album bewiesen, dass sie zu Recht zur Champions League der deutschen Musiklandschaft gehören. Wir gratulieren zu dieser Auszeichnung.“



Künstler/Künstlerin/Gruppe Volkstümliche Musik



Kastelruther Spatzen
Koch Universal/Universal

A&R: Toni Kellner
Produktmanager: Birgit Langhansl
Pressepromotion: Franca Barthel
Radiopromotion: Paul Breuer
TV-Promotion: Heiner Peschmann, Petra Merheim Voell
Management: Music Promotion
Verlag: Koch Universal Music/Edition Alpenpop
Booking: Music Promotion
Produzent: Günther Widemair,

Walter Widemair, Christian Zierhofer
Verkaufszahlen: Gold
Statement Birgit Langhansl, Produktmanagerin Koch Universal: „Der Erfolg der Kastelruther Spatzen ist einzigartig. Zwölf Echos dürfen die sieben Volksmusiker bereits ihr Eigen nennen. Seit mehr als 26 Jahren sind die Spatzen auf Erfolgskurs. Das Team von Koch Universal Music ist stolz und glücklich über diese lange gemeinsame Historie und über den erst kürzlich langfristig verlängerten Vertrag. Wir freuen uns für die und mit den Spatzen.“

Sportfreunde Stille
Lady Gaga A
Black Eyed Peas
Mark Knopfler
Kastelruther Spat
Nockalm Quintett
Jan Delay Ram
Howard Carpenda
Element of Crime
Cassandra Stee
Rosenstolz Mando

WIR FREUEN UNS MIT UNSEREN NOMINIERTEN KÜNSTLERN UND



r Jeanette A-ha
doro Ich + Ich
Cassandra Steen
Eisblume Sido
zen Milow U2
Culcha Candela
mstein Eminem
le Semino Rossi
Reamon Selig
n & Adel Tawil
Diao Rea Garvey

UND GRATULIEREN HERZLICH UNSEREN ECHO-GEWINNERN 2010



UNIVERSAL MUSIC GROUP

Künstler/Künstlerin/Gruppe HipHop/Urban Kritikerpreis



Jan Delay
Vertigo/UDR/Universal

A&R: Andreas Daermann
Produktmanager: Sven Kaselow
Pressepromotion: Dietmar Punte, UMD Rock/Urban, Alexandra Doerrie, Another Dimension
Radiopromotion: Dirk Schoembs
TV-Promotion: Jörg Heinrich, Public Image

Management: Matthias Arfmann
Verlag: Bushbeats Publishing
Booking: Thorsten Seif, Buback Tonträger
Produzent: Kasper „Tropf“ Wiens, Jan Delay, Matthias Arfmann
Verkaufszahlen: Platin für „Wir Kinder vom Bahnhof Soul“

Statement Andreas Daermann, Head of Marketing Rock bei Universal Music Domestic Rock/Urban (UDR): „Mit ‚Wir Kinder vom Bahnhof Soul‘ ist es Jan Delay gelungen, sich als Künstler fest in der deutschen Musiklandschaft zu etablieren. In einem rückläufigen Markt und in einer Welt voller Tauschbörsen hat er es geschafft, innerhalb von sechs Monaten mit den Verkäufen nahezu Platinstatus zu erlangen – was dafür spricht, dass sich ein wertiges Produkt von einem der herausragendsten deutschen Acts immer noch gegen alle Widerstände durchsetzen kann.“

Album des Jahres

Peter Fox
Downbeat/Warner

A&R: Norbert Rudnitzky, Downbeat Records/Warner Music
Brandmanager: Norbert Rudnitzky
Pressepromotion: Nicole Schmidt, Warner Music
Radiopromotion: Warner Music
TV-Promotion: Warner Music
Management: Markus Bruns & Lars Grewe
Verlag: Soular Music Publishing, Hanseatic Musikverlag/BMG Rights Management
Booking: Four Artists
Produzent: Peter Fox, Monk & Illvibe
Verkaufszahlen: mehr als eine Million Alben
Statement Norbert Rudnitzky, Head of Downbeat: „Der Erfolg dieses Albums zeigt, dass es auch heute noch möglich ist, solche Stückzahlen zu erreichen. Hier hat alles gestimmt.“

Eine sensationelle, innovative Produktion, Texte, die Menschen jeden Alters berühren, eine beeindruckende Liveshow, ein innovativer Marketing-Mix und ein hervorragendes Zusammenspiel aller Warner-Music-Abteilungen. Wir freuen uns jetzt schon aufs nächste Seed-Album.“



Künstler/Künstlerin/Gruppe Deutschsprachiger Schlager

Andrea Berg



Statement Produktmanager Ralph Lobenstein, Sony Music Ariola: „Sie füllt die größten Hallen. Sie kommt auf die Bühne und jeder hält für einen Moment den Atem an. Es knistert, und die Menschen haben leuchtende Augen. Sie ist eine außergewöhnliche, charismatische Künstlerin, eine Persönlichkeit im deutschen Musikbusiness. Wir als Sony Music Ariola sind stolz darauf, auch in Zukunft mit ihr und Eugen Römer arbeiten zu dürfen.“

Gruppe Rock/Alternative international

Green Day
Reprise/Warner

Brand Manager: Achim Karstens
Pressepromotion: Anke Schneider
Digital Promotion: Markus Beele, Nils Schröder
Radiopromotion und Marketing: Merret Levermann
TV-Promotion: Nicole Schuck,

Andrea Grimmer, Mathias Kreft, Karen Biermann
Management: Pat Magnarella, PMC
Verlag: Green Daze/WB Music
Booking: Marek Lieberberg
Produzent: Butch Vig, Green Day
Verkaufszahlen: auf dem Weg zu Doppelplatin
Statement Achim Karstens,

Senior Brand Manager Rock: „Ein weiteres Mal überzeugt die erfolgreichste Punkrockband der Welt, Green Day, mit einem ambitionierten, spieltechnisch anspruchsvollen Konzept-Meisterwerk. ‚21st Century Breakdown‘ startete seinen Siegeszug auf Platz eins der Charts in 31 Ländern der Welt.“



Impressum

Verlag: G+J Entertainment Media GmbH & Co. KG

Geschäftsführer: Peider Bach
Chefredakteur: Manfred Gillig-Degrave (verantwortlich, Anschrift siehe Verlag)
Redaktionsleitung: Norbert Schiegl
Redaktion: Knut Schlinger, Christian Schober, Dietmar Schwenger, Frank Medwedeff
Schlussredaktion: Birgit Schlinger
Cheflayout: David Serjoscha Wolf
Layout: Jörg Reckhaus

G+J Entertainment Media

Leitung Prepress: Michael Ippenberger
Leitung Produktion: Silvia Domakowski
Anzeigendirektor: Stefan Lessmeier
Mediaberatung: Kerstin Stegmann

Redaktionsanschrift: Weihenstephaner Straße 7, 81673 München, Tel.: 0 89/4 51 14 -0, Fax: -4 44, Homepage: www.musikwoche.de, E-Mail: musikwoche@e-media.de



PETER
MAFFAY
ECHO LEBENSWERK

PETER, KEINER HAT ES MEHR VERDIENT ALS DU!

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH VON DEINEN FREUNDEN BEI



Gruppe Rock/Alternative national



Rammstein
Rammstein/UDR/Universal

A&R: Siegfried Schuller
Produktmanager: Andreas Daermann
Pressepromotion: Alexandra Doerrie, Another Dimension
Radiopromotion: Dirk Schoembs
TV-Promotion: Evelyn Narciso
Management: Pilgrim Management
Verlag: Copyright Controlled by Rammstein (GEMA)
Booking: MCT
Produzent: Jacob Hellner, Rammstein
Verkaufszahlen: Zweifachplatin

Statement Andreas Daermann, Head of Marketing Rock bei Universal Music Domestic Rock/Urban (UDR): „Keine andere Band wie Rammstein schafft es, sich immer wieder neu zu erfinden. ‚Liebe ist für alle da‘ wurde daher zu einem weiteren Meilenstein in der Bandgeschichte. Das Album war in acht Ländern Europas auf Platz eins der Charts und heimste reichlich Edelmetalle ein, unter anderem Doppelplatin in Finnland und Deutschland sowie in elf weiteren Ländern Gold und Platin. Die Verkäufe überschritten bereits die Marke von einer Million.“

Handelspartner des Jahres

Amazon.de

Die bereits zweite Wahl zum „Handelpartner des Jahres“ unterstreicht, welche wichtige Rolle Amazon in der deutschen Handelslandschaft spielte – lediglich die Saturn-Kette kommt mit insgesamt vier Nennungen



auf mehr Echo-Triumphe. Das von Ralf Kleber (Foto) geleitete Unternehmen Amazon verdankt seinen jüngsten Echo-Erfolg sicherlich auch der Tatsache, dass der Onlinehändler im April 2009 seinen MP3-Shop in Deutschland eröffnet hat und nun mitspielt im Konzert der Downloadmajors. Dabei setzt Amazon genauso wie im Versandhandel auf Service und vor allem Vielfalt im Sortiment. Die Katalogtiefe, die Amazon physisch oder digital anbietet, ist beeindruckend. Zugleich steht die Auszeichnung für Amazon auch für den dramatischen Wandel im Handel. Denn der Fachhandel, der in den ersten Jahren der Echo-Verleihung noch regelmäßig geehrt wurde, ist nach wie vor auf dem Rückzug. Wer heute eine große Plattensammlung aufbauen will, kommt an Amazon kaum vorbei.

Medienpartner des Jahres

SWR 3

Nach Radio Eins (2003), WDR Eins Live (2006) und Radio Fritz (2008) ist SWR 3 erst der vierte Radiosender, der einen Echo in der Kategorie „Medienpartner des Jahres“ gewinnt. Aber nur wenige andere Stationen dürften ihn mehr verdient haben als dieser SWR-Kanal, der sich seit Jahrzehnten um die Musikförderung in Deutschland verdient macht. Während sonst fast überall in Deutschland der gefürchtete ‚Dudelfunk‘ Einzug gehalten hat, sorgten SWR-Intendant Peter Boudgoust (Foto) und sein Vorgänger Peter Voß wie auch die Radiomanager des SWR dafür, dass in ihrem Sendegebiet Newcomer oder ungewöhnliche Klänge auch beim Mainstream-Sender stattfinden dürfen. Jüngstes Beispiel ist der Aborigines-Musiker Geoffrey Gurrumul Yunupingu, auf den

SWR 3 schon früh aufmerksam gemacht hat. Auch die enge Verzahnung mit dem Fernsehprogramm – etwa beim wichtigen New Pop Festival von SWR3 – steht für die Vorrangstellung von Musik, wie sie leider selten geworden ist in den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.



Newcomer des Jahres national

The Baseballs JMC/Warner

A&R: Stefan Harder
Brand Manager: Cathrin Miethe, Arndt Sedler
Pressepromotion: KüsterCom
Radiopromotion: Maik Tappendorf
TV-Promotion: Media Communication Service
Management: The Box Management
Booking: Neuland Concerts
Produzent: JMC
Verkaufszahlen: Goldstatus
Statement Brand Management: „Warner Music und Harder Entertainment gratulieren

The Baseballs zu ihrem Echo als beste Newcomer national. Es ist beeindruckend zu sehen, dass The Baseballs als deutsche Band zurzeit auch den internationalen Markt im Sturm erobern. Nummer-eins-Chartsplatzierungen unter anderem in Schweden, Finnland und Norwegen mit Verkäufen bis zu Vierfachplatin, eine ausverkaufte erste Tournee und die anstehenden Veröffentlichungen des Albums ‚Strike‘ in UK, Frankreich, Italien und Spanien stimmen uns sehr zuversichtlich, dass The Baseballs in Kürze auch über die Grenzen Europas hinaus Erfolge verbuchen werden.“



Lebenswerk

Peter Maffay

Produktmanager:

Daniel Maurer

Pressepromotion:

Büro van Almsick: Michael van Almsick, Alexander von Spreti

Radiopromotion:

Günther Staff, Guido Kunde, Hannes Koch

TV-Promotion:

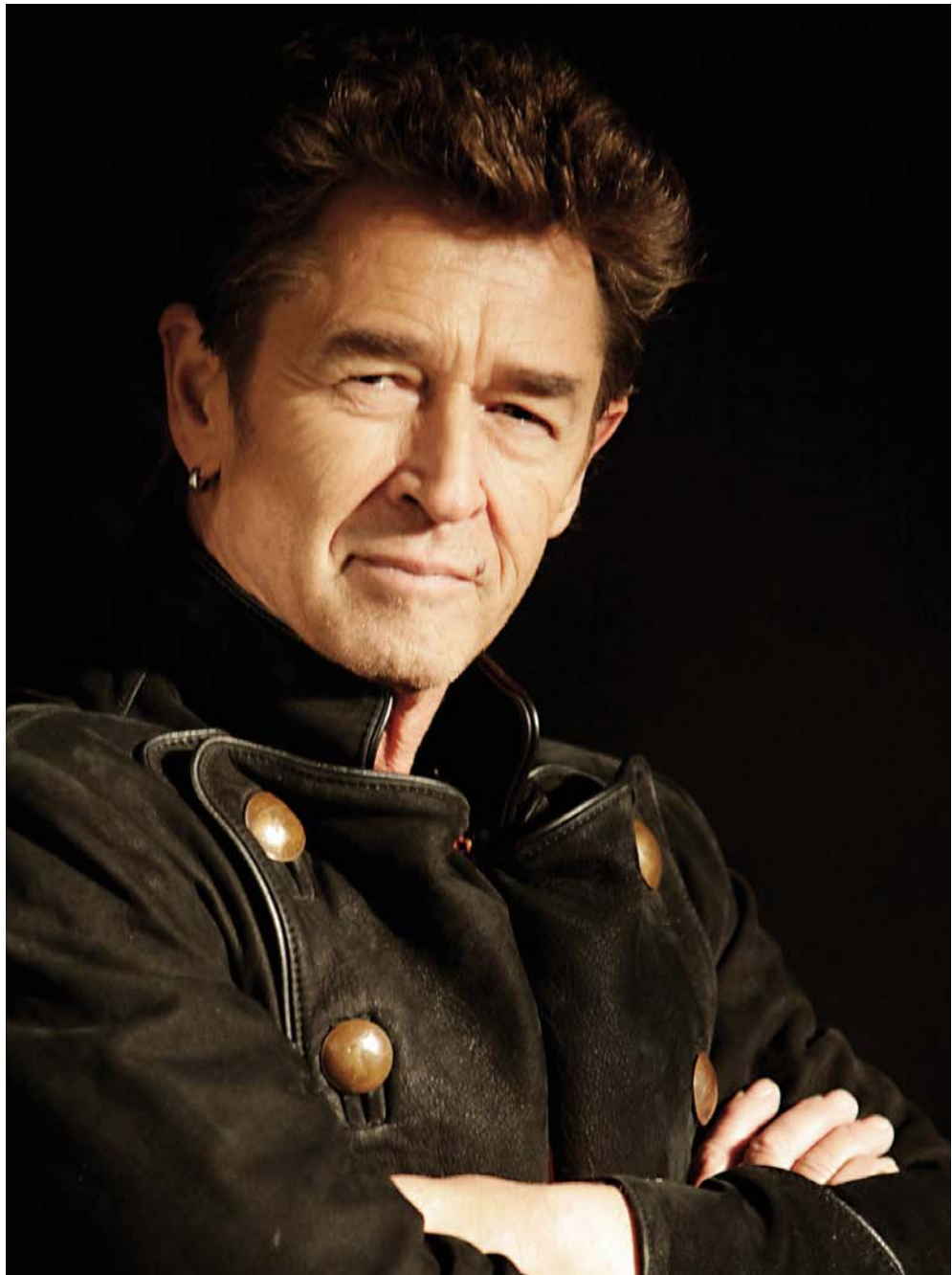
Alexander „Xandi“ Dimitrov, Katharina Konstantinidou, Jessica Collura, Dieter Viering

Management:

Dieter Viering, Büro Maffay

Booking: DEAG**Produzent:** Peter Keller, Peter Maffay, Pascal Kravetz, Bertram Engel, Carl Carlton, Ken Taylor, Jean Jaques Kravetz**Statement Daniel Maurer, Senior Product Manager Ariola:**

„Es ist eine große Ehre und eine intensive Aufgabe, mit Peter Maffay und seinem Team zu arbeiten. Die Herangehensweise an neue Projekte begeistert uns immer wieder. Zielstrebig, zukunftsorientiert, mit großer Ausdauer, Kraft, Dankbarkeit und Disziplin gehen Peter und seine Mannschaft die Dinge an. Auch wenn ich fest davon überzeugt bin, dass der Echo für das Lebenswerk keine Gesamtbetrachtung seines Schaffens sein wird und noch viele spannende Projekte von Peter Maffay zu erwarten sind, bin ich der Überzeugung, dass er diese Auszeichnung mehr als verdient hat. Wir als Ariola/Sony Music sind sehr stolz auf Peter und sein Team.“



Die Verleihung des Echos für das Lebenswerk an Peter Maffay wirft im Grunde nur eine Frage auf: Warum erst jetzt? Denn der Künstler, der am 30. August 2009 seinen 60. Geburtstag feierte, prägt nun seit ziemlich genau 40 Jahren die deutsche Musiklandschaft – von seinem Engagement für benachteiligte Kinder in seiner Tabaluga-Stiftung ganz zu schweigen. Peter Maffay schaffte das seltene Kunststück, vom Schlager zum Rock zu wechseln, und blieb dabei stets glaubwürdig

und erfolgreich. Er ist verantwortlich für Songs wie „Und es war Sommer“, „So bist du“ oder „Über sieben Brücken musst du gehen“, die sich fest in den Kanon der deutschen Kulturgeschichte eingeschrieben haben. Doch er beeindruckte auch durch seine musikalische Offenheit und Experimentierfreude, die von Country über Weltmusik bis zuletzt zur Klassik und darüber hinaus reichte, und er berührt durch seine Menschlichkeit in harten Zeiten. Peter Maffay bezieht Stellung in

musikalischen wie in politischen und sozialen Fragen, ist aber auch ein guter Geschäftsmann, der eigenverantwortlich sich und sein Team in Tutzing und Mallorca durch schwierige Zeiten bringt. Der Award kommt zwar spät, doch ist er der krönende Abschluss mehrerer Ehrungen, die Maffay derzeit zuteil werden: Eine erhielt er von seiner Plattenfirma Ariola, die ihm zu seinem aktuellen Chartsrekord gratulierte – seine CD „Tattoos“ ist sein 14. Album an der Spitze der Musik-

Woche Top 100 Longplaycharts, was in Deutschland noch kein anderer Künstler geschafft hat. „Dass wir Peter seit fast 20 Jahren als Künstler bei uns haben und er uns sein Vertrauen schenkt, macht uns stolz und ist Ansporn zugleich“, sagt denn auch Edgar Berger, CEO Sony Music Entertainment GSA. Nur wenige Tage nach dem Sony-Music-Rekord bekam Maffay von seinem Konzertveranstalter DEAG die Anerkennung für zehn Millionen Tickets, die er in seiner langen Karriere verkauft hat.

Bestes Video national

Sido – „Hey du“

Dass sich der Clip „Hey du“ von Sido gegen namhafte Konkurrenz – unter anderem von Peter Fox und Silbermond – durchsetzen konnte, bedeutet zweierlei: Zum einen zählt Paul Hartmut Wüldig alias Sido schon längst zu den etablierten Stars in der deutschen Musiklandschaft, zum anderen unterstreicht sein Erfolg in der Publikums-kategorie, dass besondere Clips auch nach der MTV-Ära immer noch ihr Publikum finden. Denn das Video unterscheidet sich wohltuend von so manchem szeneeüblichen Protz- und Angeberclip. Die filmische Umsetzung des introvertierten Texts unterstreicht Sidos Intention, der sich in „Hey du“ mit seiner eigenen Vergangenheit als Kind des Ostens auseinandersetzt. Mit nur wenigen Bildern, die langsam geschnitten



und in ein dunkles Licht getaucht sind, vermittelt der vor allem in einer Straßenbahn gedrehte Clip eine Atmosphäre von Verletzlichkeit und Nachdenklichkeit. Wir sehen den einstigen Maskenträger als sensiblen, aber auch als engagierten und kampfbereiten Menschen.

DVD-Produktion national



Helene Fischer Electrola/Capitol/EMI

A&R: Stefan Ultsch
Produktmanager: Tanja Merz
Pressepromotion: Harald Engel
Radiopromotion: Sylvia Lobenstein
TV-Promotion: Judith Coen
Management: Künstlermanagement Uwe Kanthak
Verlag: Franky Boy, Edition Katrin
Booking: Künstlermanagement Uwe Kanthak
Produzent: Jean Frankfurter
Verkaufszahlen: Platinstatus
Statement Stefan Ultsch, General Manager Electrola:

„Wir freuen uns sehr über die einzigartige Erfolgsgeschichte von Helene Fischer. Kaum einer anderen Sängerin ist es in so kurzer Zeit gelungen, Fans und Fachwelt gleichermaßen zu begeistern. Ihre außergewöhnliche Begabung, ihre charismatische Bühnenpräsenz und ihre bezaubernde Ausstrahlung machten Helene Fischer über Nacht zu einem gefeierten Star. Besonders hervorzuheben ist die Teamleistung zwischen ihrem langjährigen Produzenten Jean Frankfurter, dem Künstlermanagement Uwe Kanthak und EMI Music Electrola, auf die wir sehr stolz sind.“

Ehrenecho für soziales Engagement

Rea Garvey

In Deutschland hat es der „Gutmensch“ nicht leicht. Die beinahe zum Schimpfwort verkommene Bezeichnung trifft auch auf den Reamonn-Sänger Rea Garvey zu, den solche Angriffe jedoch nicht aus der Ruhe bringen. So konsequent wie der gebürtige Ire in Deutschland seine Karriere als Anchorman einer der erfolgreichsten Bands der vergangenen Jahre vorantrieb, so geradlinig und ohne falsche Zurückhaltung setzt er sich auch für die Schwachen ein. Es gehört Mut dazu, mitten in einem Reamonn-Konzert vor einer feierwütigen Menge von krebskranken Kindern zu erzählen und auf Schicksale hinzuweisen, die nicht so glücklich verlaufen sind. In der Reamonn-Stiftung Saving An Angel, mit der sie in Deutschland, aber vor allem auch international helfen, haben Garvey und sein Team ihre Unternehmungen gebündelt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Kinder, wie Garvey erläutert: „Immer

wieder sind Kinder die Opfer der Gesellschaft oder der politischen Umstände in ihrem jeweiligen Land. Sie selbst sind noch zu klein und zu schwach, um sich zu behaupten. Kinder sind unsere Zukunft, und wir tragen die Verantwortung, ihnen Liebe und Fürsorge zu geben. Saving An Angel möchte möglichst vielen Kindern dieser Welt helfen und ihnen eine reelle Chance auf ihrem individuellen Lebensweg geben.“



Produzent des Jahres

Andreas Herbig, Peter „Jem“ Seifert, Florian Fischer, Adel Tawil, Annette Humpe, Sebastian Kirchner für Ich+Ich

A&R: Tom Bohne
Produktmanager: Frank Engel
Pressepromotion: Friedrich Kraemer
Radiopromotion: Dirk Schömbds, UDP Radio Team, Tatjana Seyfarth, Pool Promotion
TV-Promotion: Nico Gössel, UDP TV-Promotionsteam
Management: Florian Fischer
Verlag: Ed. Ambulanz, George Glueck Publishing
Booking: Live Legend
Produzent: Adel Tawil, Annette Humpe & Sebastian Kirchner, Andreas Herbig, Peter „Jem“ Seifert, Florian Fischer
Verkaufszahlen: 600.000 verkaufte Einheiten vom Album „Gute Reise“



Die Ehrung für das Produzententeam von Ich + Ich, zu dem auch die beiden Künstler Adel Tawil und Annette Humpe (Foto) gehören, trifft die Richtigen. Denn selten gelingt ein solcher Popsound, der massenkompatibel ist, aber zugleich auch genügend Raffinesse und versteckte Details bietet.

JMC Music setzt auf akribisches Artist Development

Zum Release muss alles perfekt sein

Berlin – Vor allem die Arbeit mit Newcomern steht im Fokus des Produzenten- und Songwriterduos Andreas John und Erik Macholl alias JMC Music, das mit den Echo-Gewinnern The Baseballs internationale Chartserfolge feiert. Im Gespräch mit MusikWoche berichtet Andreas John über Ausrichtung, Arbeitsweise und Zielsetzungen von JMC.

„Strike“ heißt das von JMC Music produzierte und bei Warner Music erschienene Debütalbum von The Baseballs im Vertrieb von Warner Music, und die Rockabilly-Truppe hat damit wahrhaftig abgeräumt. In Deutschland stehen Platz sechs in den MusikWoche Top 100, Gold und ein Echo-Gewinn zu Buche. Hinzu kommen derzeit Platz eins und Dreifachplatin in Finnland, Platz eins und Platin in Schweden, eine weitere Nummer eins und Gold in Norwegen und Platin in der Schweiz. „Man hofft natürlich immer, dass es funktioniert, und glaubt an seine Projekte. Dass das Baseballs-Album aber etwa in Finnland so mega abgeht, das hat uns schon überrascht“, erklärt Andreas John. Mit Partner Erik Macholl habe er bereits früh „eine Leidenschaft zu dieser ganzen Retromusik“ entwickelt, woraus der Plan reifte, ein Fifties-Projekt umzusetzen. Als sie die drei Baseballer kennenlernten, erkannten die beiden JMC-Macher schnell deren Potenzial: „Besonders wenn Sam in den Raum kommt, in die Gitarre reingreift und einen Song ansingt, kommt sofort das Lebensgefühl der Fünfziger rüber, zumal er ja auch komplett so aussieht“, schwärmt Andreas John. Sorgfältiges Artist Development stehe bei JMC absolut im Fokus, betont John: „Wenn wir ein Projekt von vornherein entwickeln, nimmt es doch relativ viel Zeit in Anspruch. Deshalb konzentrieren wir uns auf maximal drei Sachen im Jahr, die wir vollständig abwickeln, und damit sind wir dann auch full-time beschäftigt.“ Das Allerwichtigste sei, dass „wirklich alles perfekt vorbereitet ist, wenn die Veröffentlichung des Künstlers ansteht“. Dazu zählt er, dass alle Promotion- und Marketing-Tools vorhanden

sind, die Livepräsenz des Künstlers stimmt und die Band perfekt eingespielt ist. „Später holt man das nicht mehr auf – der erste Eindruck entscheidet.“ Erik Macholl ist federführend für die Arrangements und als Multi-Instrumentalist bei den JMC-Produktionen auch als Musiker stärker im Einsatz als „Pianomann“ Andreas John. „Erik ist zudem ein hervorragender Vocal-Coach, um das Optimale aus den Stimmen der Künstler herauszuholen“, erklärt John. „Den Mix und alles ‚zusammenschrauben‘, das mache ich dann meist“, so der gebürtige Magdeburger zur Arbeitsteilung bei JMC. Mitbegründerin der Berliner Pro-



Starkes Team: Andreas John (l.) und Erik Macholl

duktionsfirma war 2003 neben John und Macholl auch Alexandra Ziem, die 2006 zum Verlagspartner Universal Music Publishing wechselte. Musikalisch sieht Andreas John JMC „sehr breit aufgestellt“. So arbeitete das Team schon für Yvonne Catterfeld, E Nomine, Jimi Blue Ochseneck, die No Angels oder Cinema Bizarre und verwirklichte darüber hinaus ambitionierte Herausforderungen wie das Classic-meets-Pop-Album „Appassionante“ mit Symphonieorchester oder das musikalisch-literarische JMC-Shakespeare-

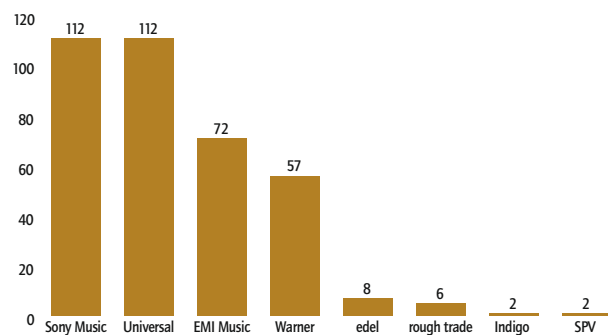
Projekt „Romeo & Julia“ mit Cassandra Steen und Schauspielern aus der Serie „Verliebt in Berlin“. „Das Einzige, das immer alles zusammenhält“, so John, „sind Emotionalität und gute Melodien. Das steht für JMC. Und ganz wichtig: Der oder die Sänger/in ist im Fokus, muss immer optimal dastehen.“ Plattenaufnahmen entstehen bei JMC – bis auf Orchester und Drums – im eigenen Studio in Berlin, so haben die Kunden optional Rundumbetreuung: „Wir haben inhouse ein großes Netzwerk an Partnern, damit wir Bereiche wie Fotoshooting, künftig auch Videodrehs und das ganze EPK-Segment selbst abdecken können. Auch mit einem Grafikteam arbeiten wir zusammen – um möglichst viel aus einer Hand anbieten zu können, wenn es gewünscht ist.“ John findet es spannender, Newcomer zu produzieren, da man sich bei ihnen „kreativ noch stärker einbringen“ könne als bei etablierten Stars. Neben den Baseballs, für die JMC in Deutschland, Europa und in Übersee noch Luft nach oben sieht, steht die Arbeit am Majordebüt der Sony-Künstlerin Meg Pfeiffer derzeit im Fokus, die laut John eine „Mischung aus Female-BossHoss und Emiliana Torrini ist“. Nicht verwandt ist Andreas John übrigens mit Christoph John, dem Manager von JMC Music. Der ist voll des Lobes über seinen Namensvetter und Erik Macholl: „Es gibt in der Produzentenwelt eher musikalisch innovative sowie eher konzeptionell starke Produzenten. JMC Music sind beides, das macht sie so besonders. Wir arbeiten seit gut sieben Jahren sehr eng und freundschaftlich zusammen, ergänzen uns perfekt und haben viel Freude miteinander.“ *Frank Medwedeff*

MusikWoche präsentiert Echo-Charts

Höhenflug der Spatzen hält an

München (mw) – Mit ihrem 13. Echo vergrößern die Kastelruther Spatzen den Abstand zum Verfolgerfeld in der ewigen Echo-Bestenliste erneut. Der andere große Gewinner in der Echo-Statistik ist die Band Silbermond, die mit zwei neuen Auszeichnungen in die Gruppe der Künstler mit fünf Echos aufrückt. Zudem trägt Silbermond dazu bei, dass Sony Music im Medaillenspiegel mit Universal gleichzieht: Beide kommen auf 112 Trophäen.

Der Echo-Medaillenspiegel der Vertriebsfirmen



MusikWoche wertete alle bisherigen Preisverleihungen aus und listet auf, wie viele Echos insgesamt quer durch die Kategorien an welche Companies fielen – sofern sich die Preise eindeutig zuordnen ließen. Nicht zugerechnet sind die in der Ehrentafel (siehe unten) genannten Kategorien.

Die Bestenliste der Echo-Gewinner

13 Echos

- Kastelruther Spatzen (1992, 1996–2001, 2003, 2006–2010)

Acht Echos

- Herbert Grönemeyer (1991, 1993, 2001, 2003: 2, 2004, 2008: 2)

Sieben Echos

- Robbie Williams (2002–2007, 2010)
- Rammstein (1998, 1999, 2002, 2005: 2, 2006, 2010)

Sechs Echos

- Marius Müller-Westernhagen (1991, 1992: 3, 1994, 1999)
- Xavier Naidoo (1999: 2, 2000, 2004, 2006, 2010)

Fünf Echos

- Die Fantastischen Vier (1992, 1996, 2000, 2005, 2008)
- Wolfgang Petry (1997–2001)
- Andrea Berg (2003–2005, 2007, 2010)
- Silbermond (2005, 2007: 2, 2010: 2)

Vier Echos

- Eminem (2001, 2003, 2005, 2007)

- Wir sind Helden (2004: 3, 2006)
- Stefan Raab (1997, 2000, 2005: 2)
- Pur (1994, 1996, 2001, 2004)
- Die Toten Hosen (1993, 1997: 2, 2003)
- Rosenstolz (2003, 2007, 2009: 2)
- Die Ärzte (2001, 2005, 2008, 2009)
- Bushido (2006, 2007, 2008: 2)
- Peter Dinklage (1994, 1997, 2002, 2010)
- Peter Fox (2009: 3, 2010)

Drei Echos

- DJ Ötzi (2001, 2008: 2)
- LaFee (2007: 2, 2008)
- Madonna (1996, 2006: 2)
- Seead (2002: 2, 2004)
- Sasha/Dick Brave (2000, 2002, 2004)
- No Angels (2002: 2, 2003)
- Guano Apes (1999, 2001: 2)
- Sabrina Setlur (1996, 1998, 2000)
- Enigma (1991, 1994, 1997)
- Till Brönner (2007, 2008, 2009)
- Udo Lindenberg (1991, 2009: 2)
- Lady GaGa (2010: 3)



Uneinholbar: Die Kastelruther Spatzen führen mit ihren 13 Echos die Echo-Statistik an.

Die Echo-Ehrentafel

Handelspartner des Jahres

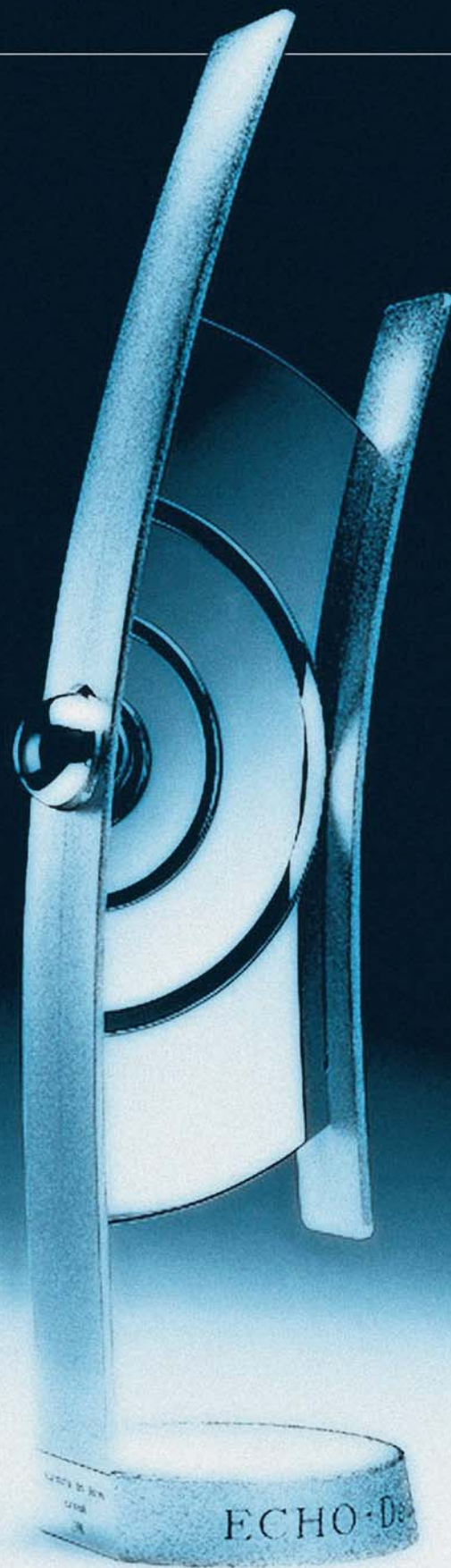
- 1991 Das Ohr, Münster
- 1992 Rimpo, Tübingen
- 1993 Knie, Wiesbaden
- 1994 SiTo, Lüneburg
- 1996* Prinz, Mannheim
- 1997 L+P, Berlin
- 1998 Die Rille, Siegen
- 1999 Saturn, Köln
- 2000 KulturKaufhaus Dussmann, Berlin
- 2001 HMV, Oberhausen
- 2002 Saturn, Königsallee Düsseldorf
- 2003 Saturn, Mönckebergstraße Hamburg
- 2004 Drogeriemarkt Müller, Nürnberg
- 2005 Pressezentrum Lübeck
- 2006 www.amazon.de
- 2007 EMP Lingen
- 2008 jpc Schallplatten
- 2009 Saturn, Hansaring Köln
- 2010 Amazon.de

Mediamänner/-frauen/-partner des Jahres

- 1991 Dieter Gorny
- 1992 Karlheinz Kögel
- 1993 Peter Rüchel
- 1994 Dr. R. Heinemann
- 1996* Jörg Gülden, Bernd Gockel
- 1997 Uwe Lencher
- 1998 Claus-Dieter Grabner
- 1999 Jürgen von der Lippe
- 2000 Hans R. Beierlein
- 2001 Christiane zu Salm
- 2002 Jörg A. Hoppe, Christoph Post
- 2003 Radio Eins
- 2004 Werner Kimmig
- 2005 Stefan Raab
- 2006 WDR Eins Live
- 2007 Bravo
- 2008 Radio Fritz
- 2009 RTL II/The Dome
- 2010 SWR3

Echos für das Lebenswerk

- 1991 Udo Lindenberg
- 1992 Reinhard Mey
- 1993 Udo Jürgens
- 1994 James Last
- 1996* Klaus Doldinger
- 1997 Frank Farian
- 1998 Comedian Harmonists
- 1999 Falco
- 2000 Hildegard Knef
- 2001 Fritz Rau
- 2002 Caterina Valente
- 2003 Can
- 2004 Howard Carpendale
- 2005 Michael Kunze
- 2006 Peter Kraus
- 2007 Ralph Siegel
- 2008 Rolf Zuckowski
- 2009 Scorpions
- 2010 Peter Dinklage



**MUSIKWOCHE GRATULIERT
ALLEN ECHO-GEWINNERN ...**

... WINNERN ... WINNERN ... WINNERN ... WINNERN ... WINNERN ... WINNERN ... WINNERN ...



Sony Music / Ariola gratuliert
PETER MAFFAY
zum ECHO – LEBENSWERK!

Lieber Peter,
mit Deinem 14. Nummer 1 Album hast Du den Chartrekord gebrochen.
Du hast über 40 Millionen Tonträger und über 10 Millionen Tickets
verkauft. Wir gratulieren Dir herzlich zum Lebenswerk ECHO und
freuen uns auf alle weiteren gemeinsamen Projekte, die wir mit Dir und
Deinem Team rocken werden!
Deine Sony Music / Ariola



Premium-Edition
im Digipack CD + DVD
88697 60428 2

Standard-Edition
CD 88697 60427 2

Chartrekord! Peter Maffay
»Tattoos« - Das 14. Nr. 1 Album!

