

# LuckySong-Entertainment

„Andere Zeiten erfordern entsprechende Lösungen“ lautet das Credo für LuckySong-Entertainment im schwierigen Branchenjahr 2004. Das Label wurde gegründet mit einer raffinierten Mélange weltweit agierender Vollblut-Virtuosen des internationalen Musikbusiness für die Sparten Pop, Rock, Hip-Hop und Dance.

In der Mannheimer Zentrale zieht Branchen-enthusiast und General Manager Chris Flanger die entscheidenden Strippen im transkontinentalen Netzwerk-Screening für echte Entdeckungen der Musikindustrie. Gemeinsam mit Partnern in Orlando und Miami ist Luckysong in Mannheim als Full-Service-Label in allen Positionen des Business besetzt: Creative Office, Artist & Repertoire-Management, Produktmanagement und Marketing. Freies externes Consulting für Public Relations, Pressepromotion, Vertragsrecht, Radio- und TV-Promotion ergänzen das Portfolio des Labels.

Luckysong entwickelt als schnell agierender und kreativer Partner raffinierte Musik-Produkte, die sich ideal zur erfolgreichen Vermarktung in Europa und den anschließenden Export nach Übersee und Asien eignen.

Mit großem Aufwand bereist die Label-Crew die nordamerikanische Ostküste bis hinauf nach Kanada immer auf der Suche nach junger Musik und charismatischen Künstlern, die real sind und puren Sound kreieren - live wie im Studio. Der gigantische US-Markt liefert hierbei nur beste Wahl. Auftritte und Castings in ungeahnten musikalischen Nischen bringen Musiker hervor, die qualitativ höchste internationale Ansprüche erfüllen, Künstler mit prägnanter Identity und perfekter Bühnenshow.

Profunde Strukturkenntnisse, schnelle kurze unkomplizierte Entscheidungswege mit Durchsetzungskraft, eine erfahrene Preiskalkulation, Hightech-Kompetenz und Equipment, eine zeitaffine Promotionplanung sowie not at least die entsprechende finanzielle Absicherung von Luckysong Entertainment garantieren ein fertiges trendiges Musikprodukt, das am Markt bestehen wird.

Jahrelange Erfahrungen machen hier den Unterschied. Von höchster Priorität ist die Auslese der Künstler nach ihrer Verwendung für eine breite Audience und nicht nur nach einer vordefinierten Zielgruppe. Im Repertoire sind junge Interpreten, die aufgrund ihrer Authentizität unterschiedliche Musikbedürfnisse befriedigen, die über Stimme und Ausdruck neben der aktuellen Bravo-, MTV- und Viva-Klientel auch die musikalisch anspruchsvolleren Golf- und Beetle-Generationen erreichen.

Die unterschiedlichsten Soundkreationen des Luckysong-Labels werden aktuell von den

Künstlern „Double P“, „Stephanie D.“ und „UDC“ repräsentiert. Die attraktive 15jährige Stephanie D. überzeugt durch einen fast britisch anmutenden Sound, der an Popdiven wie Dido oder Norah Jones erinnert. Double P glänzt als hochakrobatische Piraten-Performance für die Strand- und Disco-Party-Szene und UDC mit der 17jährigen Leadsängerin Nicole bedient den Zeitgeist der „Pink“-Ära.

Nach der Entdeckung des Künstlers folgen die Verhandlungen unter Einbeziehung dessen persönlichen Umfeldes, menschliche Belange werden dabei sehr hoch geschätzt. Das Label konzentriert sich von Anfang an auf die authentische Persönlichkeitsbildung, die Konzeptionierung, Positionierung und Entwicklung des Künstlers hin zu seinen selbst gewollten und bestmöglichen Ausdrucksformen für den europäischen Markt. Die Künstler werden nach ihren Vibrations in Richtung Kultur, Lifestyle und Fashion gescreent. Mit allen Künstlern wurden LP-Verträge geschlossen. Kleinste Disharmonien im Sound, im Groove, in der Coolness werden im Team ausgefiltert.

Dafür sorgt in der boomenden Rhein-Neckar-Musikmetropole Mannheim im Hintergrund auch ein Mitarbeiter-Team aus hippen und kreativen Scene-Youngsters. Gemeinsam mit den langjährigen Profis feilt dieser trendige Nachwuchs am Image und Erscheinungsbild der Label-Artists.

In dieser Atmosphäre der Generationen wird nicht allein Musik produziert, sondern ein Zeitgeist-Design entwickelt und mit dem Künstler zusammen im Rahmen zeitaffiner Promotion ans Licht der Öffentlichkeit gebracht. Gute Laune und professionelle Hände eines hochmotivierten Teams nehmen den Künstler auf und betten ihn ein in passende Lyrics, auf ihn zugeschnittene Songs und Vermarktungsstrategien aus einem Guss.

Weil die künftigen Stars bei Luckysong sicher und loyal durch ihre Aufbauphase begleitet werden, wächst der Künstler an seiner Aufgabe innerhalb verantwortungsvoller Verhältnisse unter intensiver Beobachtung und Betreuung der lebens- und businesserfahrenen Größen an der Spitze des Labels. Sie reichen den Musikern eine starke Hand, die sie diszipliniert durch Ton- und Videostudios, Promotion, Konzerte und alle musikalischen Erlebnisse der Branche führt. Als Produkt steht letztlich eine selbstbewusste gereifte Künstlerpersönlichkeit, die alle Facetten des Musikbusiness verinnerlicht hat und sich letztendlich bestens vermarkten lässt.



LuckySong-Entertainment GmbH ist :

Chris Flanger  
(geschäftsführender Gesellschafter)  
Dr. Bernd Meinunger  
Reinhard Fischer  
Dr. Michael Schöfer

Alex Nies  
(Creative Office/A&R)  
Kathleen Wortha  
(Creative Office/Zentrale)  
GI-Business Consult  
(Marketing)  
Doug Brown Büro Orlando  
(A&R Management)

Axel Alexander  
(freier A&R Berater)  
Hans Seelenmeyer  
(Toolbox - freie Vertriebsberatung)  
Renate Schwering  
(Legal Affairs)

LuckySong-Entertainment GmbH  
Augustaanlage 57  
D-68165 Mannheim  
Germany

Tel. +49-621718689-70  
Fax +49-621718689-77

www.luckysong.com  
info@luckysong.com

Commerzbank Pforzheim  
BLZ 666 400 35  
Kto.Nr. 403 8949

Sitz Mannheim: HRB 9773  
USt.-Ident-Nr.: D232475551  
Finanzamt Mannheim