
MARKETING, VERTRIEB UND RELEASE-KOMMUNIKATION

REVERBERATE ist als digitale Veröffentlichung sowie als limitierte Vinylauflage von 500 Stück geplant. Die Veröffentlichung wird durch eine mehrmonatige Kampagne vorbereitet und begleitet, die Single-Releases, visuelle Inhalte, Presse- und Radiopromotion, direkte Publikumsansprache, Live-Aktivitäten und gezielte Branchenkontakte miteinander verbindet.

Parallel zur unabhängigen Releaseplanung wird das Album ausgewählten Labels, Vertrieben und Medienpartner:innen vorgestellt, deren Profil zur musikalischen Ausrichtung von PILMAIQUÉN passt. Die digitale Veröffentlichung erfolgt über einen Distributor auf den relevanten Streaming- und Downloadplattformen sowie über Bandcamp und die eigenen Kanäle. Die Vinylauflage ist für Direktvertrieb bei Konzerten und Listening Events, Online-Verkauf sowie für ausgewählte Presse-, Radio- und Branchenbemusterung vorgesehen.

Single Strategie

Dem Albumrelease gehen mehrere Singles voraus, die unterschiedliche Seiten von REVERBERATE zeigen und die Veröffentlichung über mehrere Monate aufbauen.

Als erste Single ist "Universe Maker" vorgesehen. Der Song steht für die stärker elektronische, bassbetonte Seite des Albums und eignet sich als Einstieg in die neue Klangwelt von PILMAIQUÉN. Weitere Singles werden aus dem bereits vorliegenden Material ausgewählt; mit Sacred Letter, Your Laughter und Sin Tu Mirada stehen Stücke zur Verfügung, die jeweils andere Seiten des Albums sichtbar machen.

Die Singles werden zeitlich gestaffelt veröffentlicht und jeweils mit gezielter Presse-, Radio-, Newsletter- und Social-Media-Kommunikation begleitet.

Visuelle Release-Kommunikation

Ein Schwerpunkt der Kampagne liegt auf einer eigenständigen visuellen Sprache, die die musikalische Welt des Albums weiterführt.

Geplant sind drei performative Musikvideos bzw. Greenroom-Sessions in Zusammenarbeit mit Studierenden der FH Salzburg / Campus Puch-Urstein. Im Mittelpunkt stehen Stimme, musikalische Präsenz, Bewegung und Performance. Für jeden Song wird eine eigene visuelle Situation über Licht, Kamera, Raumgestaltung und performative Elemente entwickelt.

Aus den Produktionen entstehen neben den vollständigen Videos auch kürzere Formate für Social Media, Website, Pressearbeit und digitale Kampagnen. Ziel ist nicht eine möglichst große Menge an Content, sondern ein klar erkennbares visuelles Profil, das über die gesamte Releasephase hinweg konsequent eingesetzt werden kann.

Listening Parties & direkte Publikumsansprache

Vor dem Albumrelease sind ein bis zwei kuratierte Listening Parties / Album Previews vorgesehen, darunter jedenfalls eine Veranstaltung in Salzburg.

REVERBERATE soll dabei erstmals als vollständiges Album gemeinsam gehört werden. Neben Publikum sollen gezielt Vertreter:innen aus Medien, Veranstaltungswesen und Musikbranche eingeladen werden. Ein kurzer Einblick in Entstehung und Produktion kann das gemeinsame Hören ergänzen.

Die Listening Sessions schaffen einen direkten Zugang zum Album jenseits digitaler Plattformen und bilden zugleich einen Rahmen für Presse-, Branchen- und Publikumskontakte. Die Vinylauflage kann im Zusammenhang mit diesen Veranstaltungen erstmals präsentiert bzw. zur Vorbestellung angeboten werden.

Presse & Radio

Für die Veröffentlichung ist eine gezielte Presse- und Radiokampagne vorgesehen. Angesprochen werden österreichische Kultur- und Musikredaktionen, öffentlich-rechtliche und freie Radios, spezialisierte Blogs und ausgewählte internationale Medien.

Die Bemusterung erfolgt gestaffelt entlang der Single-Releases und des Albums. Dafür werden professionelle Release-Unterlagen vorbereitet: Presstext, Artist-Bio, EPK, Pressefotos, Hörlinks, Videos und weitere ausgewählte Assets.

Bestehende Kontakte aus bisherigen Veröffentlichungen, Konzerttätigkeit und Medienpräsenz werden weitergeführt und durch neue Kontakte ergänzt.

Digitale Kommunikation & Community

Website, Newsletter und Social Media begleiten die gesamte Kampagne. Im Vordergrund stehen die Musik selbst, Ausschnitte aus Videos und Produktion, Single- und Albumankündigungen sowie ausgewählte Einblicke in die Entstehung von REVERBERATE.

Der Newsletter und die Website dienen dabei als direkte, plattformunabhängige Verbindung zum bestehenden Publikum. Über diese Kanäle werden auch Vinyl-Preorder, Listening Parties, Releases und Konzerte kommuniziert.

Gezielte bezahlte Online-Kampagnen werden punktuell rund um Singles, Videos und Albumrelease eingesetzt und auf relevante Zielgruppen und geografische Schwerpunkte ausgerichtet.

Live & Langfristige Verwertung

Die Veröffentlichung knüpft unmittelbar an die bereits entwickelte Live-Arbeit von CICLOS an. Rund um den Albumrelease sind Konzerte und Festivalauftritte vorgesehen, bei denen REVERBERATE als eigenständiges musikalisches Werk präsentiert wird.

Das fertige Album, die Videos und aktualisierten Presseunterlagen werden anschließend gezielt für Konzert- und Festivalanfragen sowie für die Ansprache von Booker:innen und Kooperationspartner:innen eingesetzt. Die Kampagne endet daher nicht mit dem Release-Tag, sondern begleitet die weitere Verwertung des Albums über mehrere Monate.

VERÖFFENTLICHUNGS- UND VERMARKTUNGSZEITPLAN

Oktober – Dezember 2026

Vorbereitung der Veröffentlichung und erste Kontaktaufnahme mit ausgewählten Labels, Vertrieben, PR-/Radiopartner:innen und Medien auf Basis der Rough Mixes. Entwicklung von Artwork, visueller Linie und Release-Unterlagen.

Jänner – Februar 2027

Produktion der Greenroom-Performance-Clips und weiterer visueller Assets. Fertigstellung von EPK, Pressefotos, Artist-Bio und Presstext. Aufbau der Single-Kampagne sowie Vorbereitung von Vinyl-Preorder, Newsletter und Website. Veröffentlichung der ersten Single "Universe Maker". Start der gezielten Presse- und Radiobemusterung sowie der begleitenden digitalen Kommunikation.

März 2027

Veröffentlichung weiterer Single- und Video-Inhalte. Fortsetzung der Presse- und Radioarbeit. Aufbau der Albumkommunikation und Ankündigung der Listening Party / Album Preview.

April- Mai 2027

Digitale Veröffentlichung von REVERBERATE und Veröffentlichung der limitierten Vinylauflage. Listening Party bzw. Album Preview in Salzburg sowie begleitende Presse-, Radio-, Newsletter- und Social-Media-Kommunikation. Versand ausgewählter Presse- und Promoexemplare.

Juni – Oktober 2027

Nachkommunikation zum Album: weitere Performance- und Video-Inhalte, Vinyl-Direktvertrieb, Bandcamp-Kommunikation sowie Konzerte und gezielte Ansprache von Veranstalter:innen und Festivals. Weiterführende Verwertung des Albums für Booking und Festivalbewerbungen, internationale Kontakte sowie gezielte Nachbemusterung von Presse und Radio.

November – Dezember 2027

Auswertung der Kampagne anhand von Presse- und Radiobeiträgen, Streams, Vinylverkäufen, Konzertanfragen, neuen Branchenkontakten und Kooperationen. Weiterführung der Albumkommunikation über Konzerte, Website, Newsletter, Bandcamp und Social Media.

ZIELE & ERFOLGSKRITERIEN DER MARKETINGKAMPAGNE

Ziel der Kampagne ist es, REVERBERATE über den eigentlichen Veröffentlichungstermin hinaus sichtbar zu machen, bestehendes Publikum zu aktivieren und neue Hörer:innen, Medien- und Branchenkontakte zu erreichen. Die Veröffentlichung soll dabei als zusammenhängende Kampagne über mehrere Monate aufgebaut und mit der bestehenden Live-Arbeit von PILMAIQUÉN verbunden werden.

Der Erfolg der Maßnahmen wird sowohl an konkreten Veröffentlichungs- und Kommunikationsschritten als auch an ihrer weiteren Wirkung gemessen.

Geplante Ergebnisse

- Veröffentlichung mehrerer Singles im Vorfeld des Albums
- Veröffentlichung von drei performativen Video- bzw. Greenroom-Formaten
- digitaler Albumrelease sowie limitierte Vinylauflage von 500 Stück
- Durchführung von ein bis zwei Listening Sessions / Album Previews
- gezielte Presse- und Radiobemusterung entlang der Single- und Albumveröffentlichungen
- kontinuierliche Kommunikation über Website, Newsletter und Social Media
- Vinyl-Direktvertrieb über Konzerte, Listening Events, Bandcamp und Website
- Nutzung von Album, Videos und aktualisiertem EPK für Booking- und Festivalanfragen

Erfolgskriterien

- redaktionelle Berichterstattung und Besprechungen in Musik- und Kulturmedien
- Radioeinsätze, Interviews und redaktionelle Platzierungen
- Entwicklung der Streaming- und Downloadzahlen während der Kampagne
- Vinylverkäufe und Vorbestellungen
- Reichweite und Resonanz der veröffentlichten Videoformate
- Besucher:innen und Branchenkontakte bei Listening Sessions und Konzerten
- neue Konzert- und Festivalanfragen im Zusammenhang mit dem Album
- neue Kontakte zu Labels, Vertrieben, Medien, Booker:innen und Kooperationspartner:innen
- nachhaltige Nutzung des Albums und der entstandenen Materialien über die eigentliche Releasephase hinaus

Im Mittelpunkt steht dabei nicht ein einzelner kurzfristiger Reichweitenwert, sondern der Aufbau einer nachhaltigen Veröffentlichung, die REVERBERATE langfristig als zentralen Bestandteil der künstlerischen Arbeit von PILMAIQUÉN etabliert.