

Sony Music gründet Strategic Entertainment Division



München, 21.05.2013. Sony Music stellt seine Entertainment Aktivitäten mit der Strategic Entertainment Division fokussiert auf: Katalog- & Konzeptvermarktung, TV Compilation Bereich, Family Entertainment und das Comedylabel Spassgesellschaft! arbeiten ab sofort unter diesem Dach zusammen. Ralf Schalck leitet als Senior Vice President Strategic Entertainment Division GSA den neuen Gesamtbereich. Ulli Feldhahn, Senior Vice President Family Entertainment, und Felix Roth, Director Spassgesellschaft!, berichten zukünftig direkt an ihn.

„Mit diesem Schritt stärken wir neben unserem Frontline Geschäft die Entertainment Unit in all ihrer Vielfalt. Mit Ralf Schalck übernimmt ein erfolgreicher, erfahrener und bestens mit unserem Haus vertrauter Manager die Leitung. Ich bin mir sicher, dass er gemeinsam mit den Abteilungen und in der engeren Verzahnung unsere Entertainmentmarken stark positionieren und zu weiterem Wachstum führen wird. Dabei wünsche ich Ralf sowie Ulli und Felix mit ihren Teams weiterhin viel Erfolg“, so Philip Ginhör, CEO Sony Music Entertainment GSA.

„Mit dieser Struktur werden wir neben der Vermarktung unseres Catalog- & Compilation-Portfolios den Ausbau unserer Entertainment-Labels & -Channels gemeinsam vorantreiben. Hierbei gilt es passende und erfolgreiche Strategien für die unterschiedlichen Segmente und Märkte zu entwickeln, in denen wir weiter wachsen wollen. Ich freue mich auf die enge Zusammenarbeit mit Ulli und Felix und ihren Teams“, so Ralf Schalck, Senior Vice President Strategic Entertainment Division GSA.

Die Strategic Entertainment Division vereint mit dem Katalogvermarktungs- und TV Compilation Bereich, Family Entertainment und der Comedy-Unit erfolgreiche und starke Marken. Dazu zählen führende Labels wie Europa mit Die Drei???, TKKG und Teufelskicker sowie das Label Spassgesellschaft! mit Stars wie Mario Barth, Michael Mittermeier oder Martin Rütter. Erfolgreiche Compilationmarken wie Bravo Hits, The Dome, KuschelRock, Hit Giganten, Club Sounds, Berlin Tag und Nacht, Toggo Hits oder Katalogmarken wie nice price haben ihre Heimat bei der Strategic Entertainment Division. Die Vermarktung von Online- und YouTube-Channels wie "What's for (b)eats?" mit Starkoch Steffen Henssler zählt ebenso zum Portfolio der Division.