

## GlamPR-Chef Frank Roller im Interview

26.08.2010, 09:15 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *perfectARTBUYING*

---



GlamPR-Chef Frank Roller

Deutsche Tugenden sind oft mit Arbeit, Fleiß und Disziplin verbunden, jedenfalls im Ausland. Auf den GlamPR-Chef Frank Roller, der uns im heutigen Interview etwas über seine Arbeit in Los Angeles und das Tribeca-Shooting mit der Topmodel-Kandidatin Louisa erzählen wird, treffen diese Eigenschaften vollkommen zu.

Stell dich bitte kurz vor und erzähle uns etwas über deinen Werdegang.

Nach meinem Bachelor Degree in Communications – hat es mich schon früh in die USA verschlagen. In San Francisco arbeitete ich für Hal Riney & Partners, eine Werbeagentur und in NY für Calvin Klein's Inhouse Agency CRK. Vor 14 Jahren war dann Los Angeles die neue Herausforderung. Hier bekam ich Einblicke in die Welt der Fotografie, arbeitete als Inhouse Producer für internationale Fotografen und produzierte die unterschiedlichsten Werbekampagnen, Celebrity Editorials und Cataloge. Nach 4 Jahren wurde dann glamPR LLC ins Leben gerufen. Eine Full Service Produktionsfirma, welche nicht nur im Fotografie-Bereich tätig ist. Unsere Expertise liegt in der Realisierung der unterschiedlichsten kreativen Projekte – ob das jetzt internationale Werbekampagnen sind, Events oder Beratung im Rahmen von Celebrity Endorsements. Wir bieten vor allem deutschsprachigen Kunden einen direkten Draht zu Los Angeles und Access zu den besten Produktionsbedingungen.

Welchen Service bietet Glam PR?

Wir setzen kreative Projekte um. Fotoproduktionen ist eines unserer Kerngeschäfte, wobei wir auch bei der Umsetzung unterschiedlichster Marketingaktionen beraten. Ob Art Buying, Casting, Videodokumentationen, Online Video/Photo Content, Events oder Celebrity Endorsements. Der Kunde hat eine Idee – wir setzen sie um. Dies nicht nur in Los

Angeles, sondern wenn gewünscht auch mit unserem Netzwerk an Partnerfirmen weltweit.

Erzähle uns bitte etwas über die Arbeit mit Celebrities.

Celebrities sind "Brands" – und sind wie "Brands" zu behandeln. Jegliches Engagement von Celebrities in kommerziellen Projekten wird von einem Team von Agenten, Managern und Publizisten kontrolliert und gesteuert. Das Entertainmentbusiness hat hierbei spezielle Regeln - ein Vertrauensverhältnis zu Top Management ist KEY. Projekte werden je nach Imagestrategie des Celebrities, finanzieller Kompensation und internationalem Exposure abgewickelt. Je nach Status des Stars kategorisiert man nach A, B oder C-List Celebrities, welche individuell für die unterschiedlichsten Projekte zum Einsatz kommen.

Auf einer persönlichen Ebene sind Stars wie du und ich. Sie haben ihre Ängste, Zicken und persönliche Präferenzen, haben gute und schlechte Tage und sind in den meisten Fällen "Creative Creatures" mit eigener Agenda.

Was unterscheidet dich von der Konkurrenz?

Die deutschen Tugenden wie Gründlichkeit und Professionalität werden von unseren Kunden geschätzt. Wir erkennen auch, dass europäische Kunden sehr gerne mit einem Europäer arbeiten, da wir die visuelle Sensibilität und den kulturellen Background besser verstehen. Außerdem wissen wir wo man in Los Angeles ein gutes deutsches Bier bekommt.

Erzähle uns bitte etwas über deine letzte Produktion.

Für Tribeca Jeans – haben wir im Rahmen von Germany's Next Top Model – die Image Kampagne produziert. Dies beinhaltete das Casting für die Show, sowie die komplette Abwicklung und das Management des Photoshoots für den Fotografen Ali Kepenek in der Mojave Wüste. Wir inszenierten einen Shoot im 50s Style in einem alten Diner/Gas Station.

Louisa überzeugte mit Ihrem natürlichen Charme. Sie hat nicht unbedingt die gängige Modelgröße, hat aber eine interessante Resemblance mit einer jungen Claudia Schiffer oder Brigitte Bardot. Zudem arbeitet sie super professionell, hat eine Leichtigkeit vor der Kamera und hat einfach eine tolle, positive Ausstrahlung. Ich glaube wir werden noch öfters von ihr hören.

Wie castest ihr Models für eure Kunden?

Unsere Castings werden je nach Kundenwünschen per Foto oder Video abgewickelt. Alle eingeladenen Models werden gefilmt und Online dem Kunden präsentiert. Wir bieten auch Live Castings via Skype an, um Artdirektoren und Kunden Möglichkeiten der sofortigen Auswahl an Models zu geben.

Los Angeles bietet eine Vielzahl von Talent Agencies, nicht nur klassische Modelagenturen, auch Agenturen für Schauspieler oder EXTRAS. Die Entertainmentindustrie rund um Hollywood ermöglicht den Zugang zu außergewöhnlichen Charakteren – wie auch Celebrities für Kampagnen.

Gibt es einen Job, der dir immer in Erinnerung bleiben wird, wenn ja welcher und weshalb?

Ich glaube da bleiben immer die Jobs in Erinnerung, wo viel gelacht wurde - wenn wir es schaffen in kürzester Zeit ein "Family Feeling" aufzubauen. Die Produktion für ESPRIT, bei der wir 10 Tage geschootet haben, war so eine Produktion. Die Wüste bietet nicht allzu viel Entertainment nach einem Shootingtag – aber Bowling in einer 70s Bowling Hall mit Hot Dogs und Burgern kann auch mal eine interessante Abwechslung sein.

## **Portrait**

perfectARTBUYING.com ist eine internationale Arbeitsplattform für Kreative, vom Art Buyer bis hin zum Illustrator und bietet allen, die professionell mit Fotoproduktionen zu tun haben, die Möglichkeit, sich im Internet wirkungsvoll

Auftraggebern zu präsentieren.

Neben einem Kreativ-Listing gibt es demnächst eine zentralisierte Datenbank, in die Model- und Castingagenturen ihren Modelpool einstellen können. Außerdem besteht bald auch für Locationscouts die Möglichkeit ihre Kartei in einer zentralisierten Datenbank zu präsentieren.

perfect ART BUYING bietet auf dem Online-Portal eine übersichtliche Navigation, großformatige Fotos und Features wie z.B. Booker- und Fotografen-Empfehlungen, Castingbereich und Newsletter so wie der Verschlagwortung besonderer Suchbegriffe.

---

News-ID: 460120 • Views: 3285 (Stand: 10.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/460120/GlamPR-Chef-Frank-Roller-im-Interview.html>