

Nagrada *Adalbert Marković* za afirmaciju položaja skladatelja i autorskih prava dodjeljuje se **Tomi Johannesu in der Mühlen**

Glazbeni producent, DJ i uspješan glazbeni biznismen Tomo in der Mühlen već je desetljećima važan čimbenik domaće glazbene industrije. Osim što je odigrao važnu ulogu u predstavljanju novih autora i izvođača hrvatskoj i regionalnoj javnosti, kao producent i partner Studija SIM zaslužan je za preko 20 milijuna prodanih ploča i „reinterpretaciju i modernizaciju“ zvuka nekih od najvećih regionalnih imena poput Josipe Lisac, Dina Merlina, Parnog Valjka, Alke Vuice i mnogih drugih. Osluškujući puls na svjetskoj glazbenoj sceni, približio je zvuk domaće glazbe aktualnim svjetskim trendovima. Štoviše, svoje iskustvo iz najpoznatijih njujorških klubova poput CBGB-ja, Roxyja i Pyramida iskoristio je za uspješno upravljanje zagrebačkim klubom Kulušić od 1987. do 1992.

Njegova tvrtka IDM Music, osnovana 1988., jedna je od prvih privatnih glazbenih kompanija na području bivše Jugoslavije, a do danas se profilirala kao vodeća nezavisna publishing tvrtka s bogatim katalogom domaćih i internacionalnih autora i pjesama. Kao pionir glazbenog nakladništva na ovim prostorima i s tvrtkom koja djeluje na nekoliko kontinenata, Tomo in der Mühlen novim poslovnim inicijativama i modelima niže nove uspjehe istovremeno poštujući vrijednost autorskog rada i intelektualnog vlasništva.

Glazba, uz umjetničku i kulturnu vrijednost, ima i ozbiljan gospodarski potencijal – in der Mühlen je to shvatio među prvima upotrijebivši gotovo neiscrpnu sirovinu, kreativnost i inspiraciju, u proizvodnji i stvaranju nove vrijednosti, ponajviše za autore i ostale (su)dionike kreativnog glazbenog djela. Plasman glazbe u filmove Quentina Tarantina, hit serije poput Sopranosa i u reklame za velike brandove poput Microsofta i Dolce & Gabbana značajan je poslovni pothvat iza kojeg stoji znanje, sustavni rad i neprestano profesionalno usavršavanje.

Svojim poslovnim angažmanom Tomo in der Mühlen sagradio je most između glazbe i ostalih kreativnih industrija poput filma, televizije, marketinga i računalnih igara. Plasmanom pjesama na televizijske emisije, filmove, serije, reklame, ali i nove digitalne platforme, omogućio je njihovim autorima toliko potrebnu pojavnost i doseg. Ne manje važno, omogućio im je i nezanemarlivu zaradu upravo kako bi se autori nesmetano mogli posvetiti svom skladateljskom zanatu.