

Ratgeber

für angehende Superstars

von Rüdiger Illg

Inhalt

1. Vorbemerkungen	3
2. Musik und Sounds	4
3. Texte	7
4. Auftritte	9
5. Manager und Produzenten	17
6. Plattenfirmen	18
7. Samplerbeiträge	21
8. Musikmagazine	23
9. Internet und Radio	26
10. Die eigene Homepage	28
11. Talentwettbewerbe	33
12. Studios	35
13. Musikerrecht	37
14. Schlussbemerkungen	41
- Anhang:	
Checkliste	42
Quellen und Literaturhinweise	43
- Über den Autor	43

1. Vorbemerkungen

Dieser Ratgeber wendet sich an diejenigen, die Musik machen und dadurch noch nicht reich und berühmt geworden sind. Er ist nicht gedacht für den reinen Musiker, der sein Instrument in einem Orchester oder in der Feuerwehrkapelle spielt. Vielmehr wendet er sich an junge Bands und Einzelkünstler, die versuchen in der Welt der Musik ihren Platz zu finden und dabei auf so manche Schwierigkeiten stoßen werden oder bereits gestoßen sind.

Es ist unerheblich, ob Ihr bereits seit zehn Jahren Musik macht oder ob ihr gerade angefangen habt. Für jeden wird sich etwas von Interesse finden. Da ich selbst in dieser Rolle war und bin, hielt ich es für eine gute Idee all das aufzuschreiben, was ich selbst gerne am Anfang meiner Karriere gewusst hätte und was mir widerfahren ist. Da wir also gewissermaßen Leidensgenossen sind, bleibe ich fortan beim "Du".

Auch ich bin durch die Musik noch nicht reich und berühmt geworden, aber das ist auch nicht das primäre Ziel dieses Ratgebers. Denn es geht hier nicht um ein Rezept zur Aufzucht und Pflege weiterer „Superstars“. Somit ist der Titel dieses Ratgebers durchaus ironisch zu verstehen.

Fest steht jedoch, dass die Informationen und Erfahrungen aus diesem Ratgeber mir bei meinen Bemühungen viel Zeit, Geld und Ärger erspart hätten. Genau darum geht es, denn alles was mit diesen drei Dingen zusammenhängt, hindert uns letztendlich daran kreativ zu sein, gute Musik zu machen und vor allem daran Spaß zu haben.

Es sei unbestritten, dass Dinge, die auf den folgenden Seiten angesprochen werden kein Allheilmittel sind. Es kann genauso sein, dass Ihr auf dem jeweiligen Gebiet noch nie Schwierigkeiten hattet. Ich nehme hier lediglich ein paar typische Situationen und Fragestellungen vorweg.

Es geht hier somit nicht um die allgemeingültigen Gesetze im Musikgeschäft, sondern um eine Art Vorsorge, um auf diesem beschwerlichen Weg nicht schon am Start liegenzubleiben.

Nun könnte man meinen, dass es zu all den hier angesprochenen Punkten bereits ausreichend Artikel gibt. Das ist auch teilweise richtig, nur nirgends sind diese Tipps in geballter Form schriftlich zu bekommen. Im Internet gibt es fast zu jedem Thema eine Abhandlung dazu. Aber wer druckt sich das schon alles aus und liest es auch

wirklich? Und als Ergebnis hat dann jeder eine Blattsammlung zu Hause, die, wenn man sie mal benötigt, genau an dieser Stelle eine thematische Lücke aufweist oder gerade nicht zur Hand ist. Dieses Problem soll durch diesen Ratgeber gelöst werden. Darüber hinaus bietet er auch eine persönliche, auf langjährige Erfahrungen beruhende Sichtweise.

2. Musik und Sounds

Musik:

Die Musik ist natürlich bei der ganzen Geschichte das Wichtigste überhaupt. Ohne Musik geht nichts los. Das bedeutet, dass man diese Musik nicht nur bei einem Besuch im Proberaum zu hören bekommen sollte, sondern dass sie von euch in irgendeiner Form konserviert wurde (Kassette, DAT, CD, MD, mp3). Eigentlich logisch, nur gibt es Zeitgenossen, die der Meinung sind, einen Auftritt allein durch die vollmundige Beschreibung ihrer Musik zu bekommen. Das mag sogar im Einzelfall funktionieren, wird aber nicht auf Dauer so sein.

Auf die verschiedenen Musikstile möchte ich nicht weiter eingehen, denn das ist Geschmackssache. Viele Bands fangen mit **Coverversionen** an, was jedoch rechtlich problematisch sein/werden kann. Dazu im Abschnitt „Musikerrecht“ mehr. Wenn es denn unbedingt Coverversionen sein müssen, fragt euch, warum ihr das Stück ausgewählt habt, was ihr dem Stück an neuen Seiten abgewinnen könnt und warum jemand eure Version dem Original vorziehen sollte. Achtet bei eurer Musik von Anfang an auf **Qualität**. Nicht nur inhaltlich, sondern auch soundtechnisch. Spart nicht an Kabeln oder sonstigem Equipment. Versucht auch so früh wie möglich euren eigenen Sound zu finden. Es hat keinen Sinn so zu klingen wie eure großen Vorbilder, denn die können es sicher besser. Und wollt ihr wirklich ständig mit ihnen verglichen werden? Schafft etwas Eigenes, etwas Unverwechselbares. Seid kreativ und authentisch. Alles ist erlaubt.

Sounds:

Was Sounds im speziellen anbelangt, so gilt auch hier: nicht imitieren (Gitarrensounds, Synthesizerklänge) und möglichst keine Werksklänge (Presets) nutzen. Jeden Synthesizer kann man tatsächlich auch als solchen einsetzen. Editiert die Klänge so, wie ihr sie braucht. Lasst dabei auch den Einsatz von Effekten nicht

außer Acht. Natürlich ist es nicht verboten Werksklänge zu nutzen, aber wer will schon ständig hören, dass die Band XY dieselben Sounds hat. Von nicht sachkundigen Personen kommt dann auch schon mal: „Habt ihr das von denen geklaut?“. Und warum glaubt ihr, hören sich viele Stücke so verdammt ähnlich an?

Grundsätzlich gilt: Versucht bei allem das Beste herauszuholen. Ein Analog-Synthesizer wird euch nie ein naturgetreues Piano liefern, aber vielleicht warme Flächen oder knackige Bässe. Jedes Bandmitglied, sei es nun Mensch oder Maschine sollte genau das zum Sound beitragen, was es am besten kann. Trotzdem: Keine Angst vor Experimenten!

Produktion:

Natürlich möchte jeder gerne so schnell wie möglich die erste fertige Demo CD in den Händen halten und diese dann an Plattenfirmen verschicken, die nur auf Euch gewartet haben. In den seltensten Fällen sind aber die ersten Stücke gleich Meisterwerke. Nehmt euch Zeit, lasst ein Album oder einfach eine Reihe von Songs reifen. Versucht zu ergründen, wie und warum ein Stück funktioniert. An dieser Stelle darf man sich sehr wohl an seinen Vorbildern orientieren. Achtet auf einen Spannungsbogen im Song, ein ausgewogenes Arrangement (zweimal die Strophe und fünfmal Refrain reichen da nicht) und auf Qualität. Quantität ist nicht entscheidend. Niemand außer euch hört sich 21 Speedmetall-Stücke von anderthalb Minuten Länge an. Es gilt einen Weg zu finden zwischen den Erwartungen an eure Musik und euren eigenen Ideen.

Kritiken:

Wenn ihr zu früh mit eurem Material an die Öffentlichkeit geht, werden die Kritiken unter Umständen vernichtend sein. Die meisten Leute werden euch sofort einer Schublade zuordnen und egal was ihr danach noch alles vollbringt, sie werden euch dort nie mehr herausholen. Wählt also den Zeitpunkt der ersten Veröffentlichung sorgfältig aus.

Seid kritisch gegenüber euren Werken, aber nicht zu perfektionistisch. Irgendwann ist ein Stück fertig. Nach ein paar Wochen und Monaten wird euch trotzdem etwas auffallen, was ihr hättet besser machen können. Wendet dann diese Erkenntnisse beim nächsten Stück an.

Es kann auch helfen einen Produzenten solche Dinge entscheiden zu lassen, wobei wir hier nicht von Trevor Horn sprechen, sondern jemandem aus Eurem Bekanntenkreis, dem Ihr vertraut.

Das Demo:

Ein Demo dient für gewöhnlich dazu, sich bei Plattenfirmen zu bewerben oder Auftritte zu bekommen. Natürlich soll auch die (noch kleine) Fangemeinde einen Tonträger erwerben können. Dennoch müsst ihr nicht gleich in ein Tonstudio gehen, nur um ein gutes Demo zu produzieren. Je nach Musikstil, lassen sich auch zu Hause sehr gute Resultate erzielen. Aufgrund der besseren Kopierbarkeit solltet ihr stets versuchen, eure Musik auf einen Computer zu überspielen oder gleich mit dem Computer aufzunehmen. In beiden Fällen benötigt ihr neben einer guten Soundkarte (keine gute Spielekarte) und ein geeignetes Programm zur Aufnahme von Audiodateien. Dabei ist es abhängig von der Art der Musik, dem Budget und dem, was ihr letztendlich mit den Audiodateien machen wollt, zu welchem Produkt man greift. Für den Anfang gibt es auch preisgünstige Lösungen, die ein späteres Update auf umfangreichere Programmvarianten erlauben. Erkundigt euch im Bekanntenkreis, im Internet und im Fachhandel. Eventuell kann für die erste Zeit ein Bekannter aushelfen. Ach ja, und vergesst nicht, eurem Werk ein gutes Cover zu gönnen. Damit wird vor dem ersten Hören bereits eine Einordnung vorgenommen. Stil des Covers sollte zur Musik passen und das Ergebnis lässt sich heutzutage leicht in Farbe und angemessener Qualität erzielen.

Mac oder PC:

Will man sich eigens für die Musik einen Rechner anschaffen, steht ihr zunächst vor dieser Frage. Oftmals ist aber bereits ein PC vorhanden. Ihr solltet also ermitteln, ob der Kauf einer guten Soundkarte und eines Programms bereits zum gewünschten Ziel führt. Aus technischer Sicht besteht eigentlich kein Anlass einen Apple Macintosh Rechner zu kaufen. Wenn ich in Interviews Sätze lese wie: „Ich kenne niemanden, der mit einem PC ernsthaft Musik macht, deshalb habe ich mir einen Mac gekauft.“, dann glaube ich, dass diese Person nicht unbedingt viele Leute kennt. Ich selbst mache seit vielen Jahren mit einem PC Musik. Diese haben den Vorteil, dass ihr zu weit mehr Menschen „kompatibel“ seid. Die Softwareunterstützung ist besser und ihr könnt auch noch vernünftige Spiele darauf spielen. Ein Mac ist nicht zwangsläufig professioneller. Er ist nur nicht so vielseitig und am Ende wahrscheinlich auch teurer. Und ganz nebenbei: Auch Macs stürzen ab! Hat eure Band oder euer Projekt Bestand, so wird im Laufe der Jahre immer mehr Equipment hinzukommen und damit wird sich auch die Qualität der Aufnahmen steigern. Zum Thema Equipment/eigenes Studio gibt es bereits zahlreiche Veröffentlichungen im Buchhandel.

Musiktheorie:

Natürlich kann es nicht schaden, wenn man ein wenig über Musiktheorie weiß. Es ist aber nicht absolut notwendig. Es gibt genügend Beispiele berühmter Songschreiber, die keine Noten lesen können. Sinnvoll ist es auf jeden Fall dann, wenn man mit anderen zusammenarbeitet. Im Studio, mit dem Produzenten, einem neuen Live-Musiker und so weiter.

Der Unterschied zwischen Dur und Moll sollte schon klar sein, was ein 3/4 Takt ist auch. Zu jedem Gerät und Instrument, das ihr besitzt, sollte man die wichtigsten Grundlagen und Fachbegriffe kennen. Neben einer eventuell vorhandenen Bedienungsanleitung gibt es in einschlägigen Zeitschriften immer wieder Fachartikel und auch Fachliteratur im Handel. Oder fragt einfach jemanden, der sich mit so etwas auskennt. Dies gilt auch für die Grundlagen der Soundsynthese eines Synthesizers, den Unterschied zwischen verschiedenen Effekten und allen anderen Kürzeln und Fachbegriffen. Aber nur keine Panik, eines nach dem anderen und wenn ihr eine Band seid, dann teilt es auf. Nicht jeder muss alles wissen.

3. Texte

Texte können schon früh sehr problematisch werden. Das liegt daran, dass man anhand der Texte schnell eine Schublade für die Musik findet (Rap, Deutschrock, Schlager, Protestsongs und so weiter). Somit können die Texte und auch die Sprache, in der sie gesungen werden das Image einer Band oder eines Solokünstlers entscheidend beeinflussen. Viele Texte zu Welthits wurden vom Sänger oder Produzenten in fünf Minuten auf dem Klo oder in der U-Bahn geschrieben, nur vermutet der Hörer von vorn herein keine tiefgründige Lyrik, denn es handelt sich um simple Popmusik. Und wer hört schon auf die Texte? Beschreibt doch mal schnell den Inhalt von dreien eurer englischsprachigen Lieblingssongs. Fazit: erstens gar nicht so einfach und zweitens gar nicht so tiefschürfend.

Wer also mit der Ambition an die Öffentlichkeit tritt, besonders anspruchsvolle Texte zu schreiben, sollte diesem Anspruch auch genügen. Bei deutschen Texten ist dies sehr leicht prüfbar und für jeden unmittelbar verständlich. Englische Texte hingegen bergen das Risiko, dass das eigene Englisch eventuell doch nicht so fehlerfrei ist, wie man glaubt. Peinlich, wenn man durch Dritte erst auf solche Fehler aufmerksam gemacht wird. Also sollte man Texte in einer Sprache, die nicht die Muttersprache ist

zunächst selbst prüfen und im Zweifel einen “native speaker” oder eine andere fachkundige Person hinzuziehen. Insbesondere dann, wenn tatsächlich eine Veröffentlichung des Stückes ansteht.

Inhalt:

Der ist natürlich künstlerisch frei, dennoch möchte ich dazu ein paar Bemerkungen machen. Gerade sehr junge Texter, die meist auch Sänger sind, haben ein großes Sendungsbedürfnis. Sie wollen ihre Ansichten über die Welt auch gleich derselben mitteilen. Dies führt dann zu Texten über alle Arten von gesellschaftlichen und politischen Themen, meist mit der Aufforderung verbunden, etwas dagegen zu unternehmen. Das ist alles legitim, nur bitte glaubt nicht im Ernst, dass sich auch nur ein einziger Mensch auf der Welt wegen eines Songtextes ändert. Es wird auch niemand groß darüber nachdenken, denn die Menschen, die eure Musik hören und auch gut finden, sind in der Regel sowieso derselben Meinung wie ihr. Diejenigen, denen euer Ärger gilt, werden ihn nie zu Gehör bekommen, denn das sind die Entscheidungsträger in unserer Gesellschaft, die rein altersmäßig schon nicht mehr zu Eurer Zielgruppe gehören dürften. Auch ich habe in einem Interview verlauten lassen, dass ich etwas erreicht hätte, wenn nur ein Mensch über meine Texte nachdächte. Heute weiß ich, dass ich dieser Eine bin und meine Absicht unsinnig war. Songs mit Texten die uns wirklich berühren sind in der Regel keine Protestsongs sondern eher gefühlvolle Stücke, in denen wir uns selbst wieder finden. Erfindet keine Geschichten, sondern gebt etwas von euch selbst frei, benutzt die Musik und das Texten einfach als Ventil für eure eigenen Emotionen und ihr werdet automatisch glaubwürdiger. Ich weiß, dass meine Ansicht nicht unumstritten ist, aber zieht sie wenigstens für einen Moment in Betracht.

Die Form:

Bei Rock- und Popsongs sind zwei bis vier Strophen üblich. Daneben gibt es oftmals eine Bridge, die zum Refrain überleitet und so etwa nach dem zweiten Refrain einen C-Teil. Auch der Refrain muss textlich nicht immer gleich sein. Eine kleine Variante des Refrains am Ende des Stückes ist in vielen Songs zu finden. Intro, Outro, Soloteil usw. kommen hinzu. Auch hier bietet es sich wieder an, von Vorbildern zu lernen. Und: Nicht jeder Songteil muss auch Text enthalten.

Nun wird ja in Texten gerne gereimt. Aber nirgendwo steht geschrieben, dass Reimzwang herrscht. Schreibt einen Text ohne Reime und singt ihn. Ihr werdet feststellen, dass ein Text auch so funktionieren kann. Der Vorteil an der Sache: ihr müsst den Inhalt und die Aussage des Textes nicht einem Reimschema unterwerfen

und damit den Textinhalt diesem Schema unterordnen. Bei letzterem kommt es zwangsläufig zu immer denselben „Aussagen“, denn irgendwie muss es sich ja reimen.

Gesang:

Noch ein Wort zum Gesang. Hier gilt grundsätzlich: Kenne Deine Grenzen. Eine gewisse Portion Talent und ein musikalisches Gehör sollten einfach vorhanden sein, die Feinheiten und spezielle Techniken vermitteln Gesangslehrer. Mit deren Hilfe ist es möglich, die Gesangsstimme zu verbessern, zaubern können aber auch sie nicht. Lass im Zweifelsfall Andere an das Mikrofon, denn schlechter Gesang zerstört jeden guten Song.

Natürlich gibt es auch Sängerinnen und Sänger, die etwas „schräg“ klingen, aber trotzdem etwas Besonderes und Unverwechselbares in der Stimme haben.

4. Auftritte

Der erste Live-Auftritt ist sicher ein bedeutender Schritt für einen Künstler. Für manche entscheidet sich bereits hier, wie und ob die Karriere weitergeht. Umso wichtiger ist es somit, alles dazu beizutragen, dass dieser Auftritt gelingt. Um es vorweg zu nehmen: Ich selbst hatte eine Anzahl an Auftritten und bei wirklich allen hat irgendetwas nicht geklappt. Um diese Erfahrungen dreht es sich in diesem Abschnitt.

Wie geht es los?

So ein Auftritt hat viel mit Logistik und Organisation zu tun. Grundlage ist natürlich, dass ihr einen geeigneten Auftrittsort habt. Also nicht unbedingt eine Grillparty im Pflegeheim. Der Ort und der genaue Termin müssen feststehen. Dies ist erst der Fall, wenn ihr mit dem Veranstalter einen schriftlichen Vertrag geschlossen habt. Dummerweise sieht die Praxis oft anders aus. An mündliche Absprachen kann sich später keiner mehr erinnern oder der Veranstalter wirft euch aus irgendwelchen Gründen einen Tag vorher aus dem Programm. Also verlangt nicht gleich von ihm, dass euch eine Horde tapferer Helfer beim Aufbau zur Seite steht und ihr einen Bodyguard für eure Garderobe bekommt. Wenn ihr vor ein paar tausend Leuten spielt und der Rubel rollt, sieht das anders aus. Man kann auch bereits vor dem Auftritt ausrechnen, welche Kosten anfallen, wie hoch der Eintrittspreis sein muss und wie viele Leute kommen müssen, damit sich der Auftritt wirtschaftlich lohnt. Hier sind rechtzeitige Absprachen mit dem Veranstalter angebracht.

Nun braucht ihr auch noch ein paar Stücke, die ihr darbieten könnt. Entweder seid ihr so gut, dass ihr jederzeit bereit seid oder der Auftrittstermin liegt ausreichend weit in der Zukunft, so dass noch genügend Zeit zum Üben bleibt. Unvorbereitet sollte man keinen Auftritt bestreiten. Normalerweise solltet ihr ein 45 Minuten Programm mühelos auf die Bühne bringen können. Näheres müsst ihr schriftlich mit dem Veranstalter vereinbaren. Ich weiß, es gibt genügend Kneipen- und Clubbesitzer, die euch einen Gefallen tun wollen und euch auftreten lassen und daher gar nichts von schriftlichen Dingen halten. Wenn ihr trotzdem auftrittet, sagt nicht, ihr hättet es nicht besser gewusst und versucht so viel wie möglich der restlichen Ratschläge zu beachten.

Gage:

Eben weil der Veranstalter ja so großzügig ist, überlässt er euch den Raum für den Auftritt, aber extra Gage? Fehlanzeige. Wenn ihr den Laden nicht füllen könnt, macht er ja auch kein Geschäft. Die Getränke müsst ihr im Zweifelsfall natürlich auch selbst mitbringen. Dass bei einem Auftritt für den Veranstalter eventuell GEMA-Gebühren anfallen, ist diesem meist völlig unbekannt. Klärt all dies rechtzeitig vertraglich. Es gibt auch so Sätze von Managern wie: „Unter 250 EUR tritt man nicht auf.“ Wenn ihr das jedem Veranstalter als erstes an den Kopf werft, dürfte euer Auftritt noch etwas in der Zukunft liegen. Ihr werdet also auch hier gezwungen sein, Kompromisse zu machen. In den letzten Jahren ist es zunehmend Mode geworden, dass Bands sogar dafür zahlen müssen, wenn sie als Vorgruppe einer etwas bekannteren Band spielen möchten.

Spionage:

Bevor ihr mit allen weiteren Planungen loslegt, seht euch den Laden erst einmal an. Das ist zum Beispiel wichtig für den Bühnenaufbau. Noch besser wäre es, sich den Auftritt einer anderen Band am selben Ort anzusehen. Dabei solltet ihr besonders auf die Details achten und hinterher mit jemandem von dieser Band sprechen. Wie wurde der Aufbau organisiert? Wie war der Sound? Welche Probleme gab es vor, während und nach dem Auftritt? Bei eurer ersten Welttournee entfällt so etwas natürlich.

Der Mann am Mischpult:

Dieser mitunter angetrunkene oder arrogante junge Herr wird meistens unterschätzt, was vielleicht auch seinen Zustand am Tage des Auftritts erklärt. Wann immer möglich, solltet ihr jemanden dafür einsetzen, den ihr kennt und in dessen Fähigkeiten ihr Vertrauen habt. Aber Vorsicht: es muss dann geklärt werden, wer welches Equipment stellt beziehungsweise bedienen darf. Der Veranstalter oder ihr? Solltet ihr niemanden für diese Aufgabe haben, so müsst ihr wohl oder übel mit demjenigen

arbeiten der da ist. Wenn er denn da ist. Auch dies ist mit dem Veranstalter zu vereinbaren. Es kann schon Nerven kosten, wenn man drei Stunden vor dem Auftritt wie vereinbart seinen Soundcheck machen will und auch alle da sind außer eben dem Mann am Pult.

Sollte er beim Soundcheck bereits angetrunken sein, versucht ihn beim Auftritt vom Pult fernzuhalten und lebt mit den Einstellungen, die jetzt gegeben sind. Geht das nicht, scheut euch nicht, den Auftritt abzusagen. Hier käme dann der Vertrag ins Spiel, wenn ihr denn einen habt. Überlegt es euch gut. Es ist eure Blamage, nicht die des Veranstalters oder des Mischers, wenn der Sound nicht stimmt. Also versucht, den Mann gut zu behandeln, auch wenn er euch nicht sympathisch ist. Euer Sound hängt von ihm ab. Redet ihm nicht rein und geht bei Kritik diplomatisch vor. In vielen Kneipen kann man zwar auftreten, aber ein Mischpult oder gar ein Toningenieur sind nicht vorhanden. Klärt diese Frage frühzeitig. Einen bandeigenen Toningenieur zu haben, hat dagegen viele Vorteile. Er kennt eure Stücke, hat oftmals eigenes Equipment und ist auch beim Auf- und Abbau hilfreich.

Habt Ihr Euch entschlossen, einen Toningenieur anzuheuern, dann bedenkt, dass der seinen Job sicher nicht nur aus Freude an der Musik macht. Qualität kostet Geld. Einen ausgebildeten Tonmann an den Reglern zu haben gibt es nicht umsonst.

Materialpflege:

Testet alles noch einmal durch, bevor ihr euer Material für den Auftritt einpackt. Die Kabel, die ihr mitnehmt, sollten auch wirklich funktionieren. Die Instrumente sollten in einwandfreiem Zustand sein. Werden spezielle Sounds von einem Synthesizer oder Sampler gebraucht, so stellt diese extra noch einmal zusammen und zwar so, dass man nur einmal auf die Taste drücken muss, um den nächsten gewünschten Sound zu bekommen. Gleiches gilt hier für Effekte. Nach dem Auftritt prüft alles auf Vollzähligkeit und wieder zu Hause angekommen auch auf Funktionstüchtigkeit. Für besonders teures Equipment kann man eventuell auch über eine Versicherung nachdenken.

Live-Mitschnitte:

Oftmals möchte man von seinem wie nun auch immer gelungenen Auftritt einen Mitschnitt haben. Für eine „Manöverkritik“ reicht er allemal. Um Fotos und Videos solltet ihr euch immer selbst kümmern. Damit können beispielsweise Freunde und Freundinnen betraut werden. Weist sie jedoch rechtzeitig vorher ein, was ihr haben wollt und sorgt für ausreichend Filme, Akkus usw. Beim Audiomitschnitt kann es schon anders aussehen. Auch hier gilt zunächst die Grundregel: Wenn Du willst, dass

etwas erledigt wird, mache es selbst. Bringt nach Möglichkeit selbst einen DAT-Recorder, mp3-Player oder ähnliches mit. Überzeugt euch am besten während des Soundchecks davon, dass das Gerät auch wirklich aufnimmt und startet es möglichst selbst oder betraut damit wieder einen guten, verlässlichen Freund.

Jeglicher Wechsel von Aufnahmemedien während des Auftritts sollte unterbleiben. Habt ihr kein geeignetes Aufnahmegerät zur Verfügung, fragt beim Veranstalter nach, ob eines vorhanden ist. Eventuell könnt ihr auch eines ausleihen. Die Medien müsst ihr trotzdem besorgen. Versucht auf jeden Fall immer einen Mitschnitt anzufertigen. Nur so kann man „legendäre Momente“ der Nachwelt erhalten.

Der Bühnenaufbau/Soundcheck:

Zu einem Vertrag gehört normalerweise auch eine Bühnenanweisung, der der Veranstalter alle wichtigen Punkte entnehmen kann, auf die es euch ankommt. Es geht schon los mit der Anzahl der Steckdosen und der Klinkenkabel. Normalerweise sind vor Ort ausreichend Kabel vorhanden. Nehmt trotzdem Verlängerungskabel, Cinch-, Mikrofon- und Klinkenkabel, Klebeband und so weiter mit.

Zeichnet den geplanten Bühnenaufbau auf ein Blatt Papier. Wer steht wo? Wer braucht Monitorboxen? Von wo geht man auf die Bühne? Spielt alles einmal durch.

Wundert euch nicht, wenn diese Anweisung bis zum Soundcheck noch von niemandem beachtet worden ist. Jetzt wäre eine gute Gelegenheit, dem Veranstalter Dampf zu machen (und nicht dem Mann am Mischpult), wenn ihr mit dem Aufbau nicht klar kommt. Sorgt für ausreichend Getränke auf der Bühne und Backstage. Bemüht euch um einen sauberen Aufbau. Kabel in Kniehöhe quer über die Bühne zu spannen sieht nicht nur schlecht aus, sondern ist auch hochgradig gefährlich. Habt bei allem immer ein Auge auf die Sicherheit, denn es ist während des Auftritts vor allem auch eure Sicherheit. Dies gilt auch für wackelige Instrumentenständer und ähnliches. Oft hilft da schon ein Bierdeckel, wenn aber nicht, sollte auch ein anderer Platz auf der Bühne erwogen werden.

Nach dem Soundcheck sollte alles so auf der Bühne stehen, wie es auch während des Auftritts sein sollte. Es schadet nicht, jemanden zu beauftragen ein Auge darauf zu haben. Dann kann es auch nicht vorkommen, dass der vor dem Auftritt aufliegende DJ mal eben zwei Kabel anders anschließen musste, damit er zu hören ist. Vor eurem Auftritt wird er das sicher nicht rückgängig machen. Die Fehlersuche bleibt in diesem Fall dann meist euch überlassen, während das Publikum unverhohlen seinen Unmut über „eure“ Panne zeigt und ihr hilflos auf der Bühne steht. Der Mischer war in diesem konkreten Fall übrigens hoffnungslos betrunken.

Bei Veranstaltungen mit mehreren Bands kann mitunter schon mal die Bühne mit dem Equipment anderer Bands vollgestellt sein. Hier sind klare Absprachen notwendig. Oft gilt leider das Prinzip: Wer zuerst kommt, hat die besten Plätze. Oft wird auch dem Headliner etwas mehr Platz eingeräumt. Unter Umständen ein Umbau erforderlich. Sprecht unbedingt mit der Band, die vor Euch auftritt, was man eventuell übernehmen kann und der Band nach euch, was man alles nach dem Auftritt sofort abbauen sollte. Kennzeichnet insbesondere all eure Kabel. Nach so einem Umbau ist ein Funktionstest aller Geräte und Instrumente unerlässlich. Soviel Zeit muss sein. Testet auch alles andere, was zu eurer Bühnenshow gehört (Videobeamer, Licht, Diashow, etc.). Dazu gehören auch die Nebelmaschine und das Stroboskop. Vereinbart auch hier eindeutig und möglichst schriftlich, wer die Geräte besorgt. Ich erinnere mich in diesem Zusammenhang an die Sätze: "Den Videobeamer habt ihr doch jetzt mit, oder?" und „Bei uns ist immer alles da.“ (was natürlich nicht stimmte) Allerdings ist es eure Aufgabe beim Soundcheck, dafür zu sorgen, dass ihr euch gut hört. Das bedeutet, dass die Monitorboxen so laut sind, wie sie sein sollen. Der Mischer kann das von seinem Arbeitsplatz aus nicht beurteilen. Nach dem Soundcheck muss für euch der Sound auf der Bühne in Ordnung sein. Leider sieht man oft bei Auftritten, dass ein Bandmitglied zwischen den Stücken wild in Richtung Mischer gestikuliert oder gar, noch schlimmer, per Mikro dem Mischer sagt, dass alles irgendwie lauter muss. Das sieht dann für die Besucher so aus, als hätte der Mischer versagt, in Wahrheit habt ihr das dann aber beim Soundcheck schon erledigt.

Noch ein Tipp zum Soundcheck: Je leiser es auf der Bühne ist, desto besser, denn: dadurch sinkt die Wahrscheinlichkeit von Rückkopplungen, bei moderateren Lautstärken kann man Signale besser beurteilen, das bedeutet, ihr hört besser und der Saalmix muss nicht so laut sein, denn alles, was aus den Monitorboxen kommt, will ja erst mal übertönt werden.

Showtime:

Bevor ihr die Bühne betretet, lasst möglichst durch jemanden, der nicht der Band angehört testen, ob die Mikrofone funktionieren und alle Geräte ebenfalls. Einfach nur einen Ton anschlagen und „hallo“ ins Mikro rufen reicht. Sonst kann es euch passieren, dass plötzlich eine Gitarre verstimmt ist, ein Mikrofon gar nicht mehr angeschlossen ist oder jeglicher Effekt fehlt. Vereinbart diese Aktion vorher mit dem Mann am Mischpult. Für das Publikum ist dies meist ein Zeichen, dass es gleich losgeht. Wer mag, kann sich nach diesem kurzen Test auch gleich richtig ansagen lassen.

Der Auftritt: Nun geht es also endlich los und alle sind aufgereggt. Lampenfieber ist normal. Konzentriert euch auf Euren Job auf der Bühne und alles wird gut. Seht ab und zu mal zu euren Mitstreitern hinüber. Ihr werdet feststellen, dass ihr nicht alleine seid, auch mit der Nervosität nicht. Nach ein paar Stücken legt sich das. Erwartet keine auf die Bühne fliegenden Unterhosen oder Stofftiere. Ich selbst kann mich lediglich an ein fliegendes Hustenbonbon erinnern, aber das ist eine andere Geschichte. Wenn ihr euch nicht hören könnt, weil die Monitorboxen verschwunden, falsch eingestellt, nicht verkabelt sind, egal, der Bühnensound ist jetzt nicht so wichtig. Darauf hättet ihr beim Soundcheck achten sollen, nun ist es zu spät. Lebt damit und zeigt dem Publikum nichts von Euren Problemen auf der Bühne. Dies gilt für alle denkbaren Probleme. „The show must go on“ - ganz egal was passiert. Ich habe Konzerte erlebt, bei denen der Sänger auch nach mehrmaligem Ausfall des Playbacks das Publikum bei der Stange hielt und einfach weitermachte. So etwas wird honoriert. Benehmt euch wie normale Menschen und nicht wie die Superstars, die ihr noch werden wollt. Also zündet keine Gitarren an und vertragt euch mit dem Publikum. Stagediving kann übrigens gefährlich sein, insbesondere dann, wenn das Publikum für den bevorstehenden Aufschlag bereitwillig Platz macht.

Verkauf:

Bei kleinen Festivals und Konzerten gibt es immer mal wieder vor dem Auftrittssaal kleine Stände, an denen Merchandising-Artikel verkauft werden. Erwartet nicht, dass ihr mehr als fünf davon loswerdet. Solltet ihr einen Samplerbeitrag auf einer CD beigesteuert haben, erwartet nicht, eine einzige CD davon loszuwerden. Sollte es dennoch so sein, freut euch und richtet euch beim nächsten Auftritt nach dieser Zahl.

Interessanter dagegen ist eine Karte oder ein Flyer mit einem Ansprechpartner, der E-Mail Adresse und eurer Homepage drauf. Auch davon sollte man nicht allzu viele drucken. An T-Shirts und Aufkleber ist erst zu denken, wenn man bereits eine gewisse Fangemeinde hat und auch Interesse besteht.

Die Setlist:

Die Auswahl der Titel, die gespielt werden sollen, ist oft sehr schwierig. Besonders dann, wenn es mehrere Komponisten in der Band gibt. Als Vorauswahlkriterium könnte gelten: nur wenige Balladen, die Stücke müssen für jeden Beteiligten spielbar sein, sodass der Übungsaufwand nicht zu groß wird. Die Stücke sollten eingängig, eventuell bereits bekannt und auch nicht zu lang sein. Der 12-minütige Liederzyklus über das Leben eines Vampirs mag ja zu Hause ganz erbaulich sein, live geht so etwas aber eher nach hinten los. Daraus ergibt sich auch fast zwangsläufig die

Titelreihenfolge. Viele beginnen mit einem instrumentalen Intro, muss man aber nicht. Danach sollte gleich ein Kracher kommen, damit alle wissen, dass es jetzt losgeht. Der Rest ist beliebig, aber wenn das Publikum abfeiern will, dann würgt das nicht durch eine Ballade wieder ab, auch wenn es so auf Eurer Liste steht. Bleibt also flexibel und passt die Setlist auch während des Auftritts einmal an. Dazu ist es natürlich unerlässlich, dass ihr das Playback von CD, DAT, MD selbst kontrollieren könnt. Also nehmt das Gerät mit auf die Bühne. Wenn ihr alles live spielt, stimmt euch schnell auf der Bühne ab. Macht euch nicht allzu viele Gedanken über zwei Zugabenblöcke. Wenn keine Zugaben gewünscht werden, spielt sie nicht trotzdem, es sei denn, ihr braucht die Titel unbedingt für euren Mitschnitt.

Licht:

Die meisten Bands kümmern sich darum bei ihren ersten Auftritten gar nicht. Oft liegt das auch daran, dass es vor Ort kaum vernünftiges Equipment gibt. Ihr solltet jedoch darauf achten, alle Möglichkeiten die der Veranstaltungsort in dieser Hinsicht bietet auch zu nutzen. In kleinen Kneipen findet man meist nur ein paar unbewegliche Strahler (sog. PAR-Scheinwerfer), die ggf. noch mit Farbfolie für die gewünschte Lichtfarbe bestückt werden können. Auch damit kann man bereits für angenehmes oder eben auch unangenehmes Licht sorgen. Achtet darauf, dass Ihr selbst nicht direkt unter solch einem Strahler steht, denn diese werden mit der Zeit sehr heiß. Das Publikum dauerhaft zu blenden ist ebenfalls keine gute Idee. Weniger ist hier oft mehr: Zwei Farben reichen für kleine Bühnen völlig.

In größeren Läden gibt es manchmal auch ein Lichtmischpult, um auf der Bühne Effekte zu steuern. Wenn Ihr niemanden habt, der sich damit auskennt, lasst Euch oder einen Bekannten darin einweisen. Probiert auch hier beim Aufbau bzw. beim Soundcheck alles aus. Sollte niemand für diese Aufgabe zur Verfügung stehen, so wählt eine Einstellung, mit der Ihr leben könnt. Manchmal übernimmt auch der Mischer diese Aufgabe mit.

Auf manchen Bühnen findet man auch sog. Scanner oder Moving lights. Diese Effekte bringen etwas Bewegung in die Lichtshow, sind aber auch teuer und nicht immer einfach zu bedienen.

Bei Festivals und größeren Veranstaltungen stellt der Veranstalter selbst Personal für den Ton und auch das Licht. Was Ihr dem Lichtmann nicht an Wünschen mitgeteilt habt, wird auch nicht umgesetzt. Wenn er von der Band keine Ansage bekommt, macht er, was er will, oder auch so gut wie gar nichts.

In der Regel ist es allerdings für eine Band nicht sinnvoll, sich selbst Equipment für die Lichtshow zu besorgen.

Nebel:

Noch ein Wort zum beliebten Trockeneisnebel: Wenn es denn unbedingt Nebel sein soll, dann solltet ihr dafür sorgen, dass dieser auch von der Bühne aus kontrollierbar ist. Geht sparsam damit um, denn der Tank eines solchen Gerätes ist nur begrenzt. Das gilt auch für die Toleranzgrenze der Besucher. In dem Zusammenhang erinnere ich mich an einen Video-Livemitschnitt, der bei den Beteiligten später als die „singende Nebelwand“ bekannt wurde. Es gibt auch verschiedene Arten von Nebel. Informiert Euch vorher darüber, um unliebsame Überraschungen zu vermeiden. Einige Veranstalter verbieten den Einsatz von Nebel von vornherein.

Backstage:

Spätestens zum Zeitpunkt des Soundchecks solltet ihr einen Raum für euch haben, in dem ihr eure Geräte, Getränke, Klamotten und den Rest lassen könnt. Der Raum sollte abschließbar sein und ihr solltet auch den Schlüssel haben. Ist dies nicht möglich, sollte immer jemand anwesend sein. Achtet von Anfang an darauf, dass sich dort nicht jeder aufhält, der es will. Mitunter finden sich dort äußerst wichtige und fachkompetente Leute an, die mit Tipps gegen Lampenfieber, ihrer Meinung über euer lausiges Equipment oder ihre reichlich vorhandenen Kontakte nicht geizen. Werft sie einfach raus. Nach dem Auftritt sollte klar sein, wer wann welche Geräte wohin bringt. Zählt alles nach, macht euch eine Liste und vergesst euren Mitschnitt nicht. Erst wenn alles gesichert ist, könnt ihr abfeiern, das Geld vom Veranstalter kassieren, dem Mann am Mischpult für die gute Arbeit danken und die Kasse an eurem Verkaufsstand plündern.

Zeitablauf:

Bereits Monate vor dem Auftritt sollten die ersten Maßnahmen anlaufen. Der Vertrag mit dem Veranstalter sollte in etwa 2-3 Monate vorher geschlossen werden. Schließlich müssen auf dieser Grundlage Plakate gedruckt werden und Werbung jeglicher Art geschaltet werden. Kleine Mitteilungen an Musikmagazine und die regionale Presse bieten sich da an. Sofern nicht anders vereinbart, müsst ihr euch um die Werbung selbst kümmern. Schwierig wird so etwas dann, wenn ihr nicht in Eurem Heimatort spielt. Nach dem Auftritt solltet ihr versuchen Presseberichte zu sammeln. Einen gelungenen Auftritt zustande zu bringen, ist also gar nicht so einfach. Am besten ihr nehmt diesen Ratgeber mit und ergänzt ihn bei Bedarf.

5. Manager & Produzenten

Manager:

Eine Band braucht einen Manager, oder? Es gibt dabei nur ein Problem: Die guten Manager, die auch wirklich gute Kontakte haben, werden sich mit einer neuen, jungen Band nicht abgeben. Die haben bereits hochkarätigere und lukrativere Kunden. Bezahlen könnt ihr diese Leute schon gar nicht. Häufig werden unter dem Begriff Manager auch Promoter oder Agenten zusammengefasst oder nehmen diese Aufgaben in Personalunion wahr. Bleiben also alle übrigen Manager, die mehr schlecht als recht durchs Leben kommen. Glaubt also nicht, nur weil ihr einen Manager habt, dass dieser nun fortan dafür sorgen wird, dass ihr berühmt werdet. Das müsst ihr immer noch alleine schaffen. Wenn ihr trotzdem einen Manager wollt, macht unbedingt einen Vertrag mit ihm. Zahlt nur im Erfolgsfall eine Provision. Nehmt all seine Versprechungen und Erzählungen zunächst einmal nicht ernst, es sei denn, er kann euch vom Gegenteil überzeugen. Legt von vornherein fest, um was er sich kümmern soll und um was nicht. Lasst euch zu keinen Ausgaben und Aktionen überreden, die ihr nicht wirklich wollt. Seid stets wachsam und führt mit ihm regelmäßig persönliche Gespräche. Es wäre auch hilfreich, wenn er von eurer Musik tatsächlich überzeugt ist. Lasst ihm genügend Material zukommen, das er verschicken oder anderen Leuten geben kann. Lasst euch zwischendurch einmal auflisten, was er alles getan hat und an wen er was geschickt hat. Wenn nach über einem halben Jahr nichts passiert ist, schickt ihn in die Wüste. Nicht umsonst managen sich viele jüngere oder unbekanntere Bands selbst.

Produzenten:

Produzent ist, wer sich dafür hält. Dies gilt für jegliche Formen des Experten an sich, also auch für den Manager (siehe oben). Viele Produzenten sind nebenbei auch Manager, Labelboss, Musiker, Toningenieur und noch vieles mehr. Ein Produzent hat eigentlich die Aufgabe, eure Musik so in Szene zu setzen, dass eure Stärken deutlich hörbar werden und eure Schwächen in den Hintergrund treten. Er kann sehr maßgeblich an eurem Sound beteiligt sein. Man könnte sagen, er gestaltet das Produkt. Manchmal haben Produzenten auch gute Kontakte und können so das fertige Produkt gleich mit vermarkten. Wenn ihr der Meinung seid, dass ihr so jemanden braucht, erkundigt euch, welche Aufgaben er wahrnehmen kann und legt fest, welche er letztendlich auch wahrnehmen soll. Auch hier ist wiederum ein Vertrag angebracht. Seid euch darüber im Klaren, dass er vielleicht gute Kontakte hat, aber

als Produzent für euch weniger geeignet ist. Lasst euch Produktionen vorspielen, an denen er beteiligt war.

Habt ihr euch für einen Produzenten entschieden und auch einen Vertrag unterzeichnet, dann gebt ihm die Freiheit, die er braucht. Lasst ihn arbeiten, denn dafür bezahlt ihr ihn ja. Wenn ihr nur euren Übungskeller-Sound als gut akzeptiert, dann braucht ihr keinen Produzenten. Aber ihr könnt sehr wohl eure Vorstellungen und Ideen einbringen. Denkt immer daran, ihr arbeitet zusammen mit dem Ziel, die Stücke so gut wie möglich klingen zu lassen und die Ideen so präzise wie möglich auf den Punkt zu bringen. Wenn man sich selbst produziert besteht die Gefahr, dies aus den Augen zu verlieren.

Wichtig bei der Wahl eines solchen Helfers wie eines Managers oder Produzenten ist die klare **Abgrenzung** der Aufgaben. Gerade weil die Übergänge hier fließend sind und die einzelnen Tätigkeiten nicht immer eindeutig einer Berufsbezeichnung zuzuordnen sind. Fragt im Zweifel immer nach, wie der Betreffende seine Aufgabe versteht. Man muss sich als Band aber auch produzieren lassen wollen. Wer sämtliche Ideen des Produzenten vom Tisch wischt und Argumente und Kritik nicht hören will, der darf sich nicht wundern, wenn sich der Produzent am Ende nicht wirklich bezahlt macht. Ein Produzent muss ganz gewichtig etwas zu sagen haben, sonst braucht ihr ihn nicht.

6. Plattenfirmen

Hier unterscheidet man üblicherweise in Major-Plattenfirmen und kleine, so genannte Independent-Labels. An wen ihr Euer Demo schickt, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Einmal natürlich von der Art der Musik. Majors sind in der Regel nur an leicht verkäuflicher Musik interessiert. Genügt eure Musik nicht gewissen kommerziellen Standards, so habt ihr hier keine Chance. Es sei denn, euer Manager oder Produzent hat gute Kontakte. Aber auch dann muss die Musik stimmen und es ist leicht möglich, dass nach einem eventuellen Plattendeal gravierende Veränderungen an den Stücken durchgeführt werden.

Was kennzeichnet eigentlich ein Label? Ein toller Name? ein LC-Code der GVL?

Nichts dergleichen. Jeder kann theoretisch ein Label besitzen, er muss nur ein Gewerbe anmelden. Der sog. LC-Code, der auf den meisten Veröffentlichungen zu finden ist, dient lediglich der Abrechnung von Rundfunkeinsätzen über die GVL. Aber

auch Werke ohne diesen Code können im Radio gespielt werden. Heutzutage gibt es auch Onlinelabel, die nicht einmal mehr Tonträger herstellen bzw. vertreiben.

Majors:

In Zeiten der gecasteten Superstars „züchten“ die Majorfirmen sich ihre „Künstler“ selbst heran. Es wird möglichst nichts dem Zufall überlassen. Man minimiert das Risiko. Entsprechend sehen dann auch die Verträge aus. Neue junge Künstler haben so selten eine Chance. Schon gar nicht Leute, die sich in ihre Musik nicht reinreden lassen wollen, die eventuell auch einmal quer schießen können und die Erwartungen der Plattenfirma nicht voll erfüllen. Die Schuld daran liegt nach Aussage der großen Plattenfirmen natürlich bei den Raubkopierern, die sich im Internet die Musik herunterladen. Dadurch gäbe es große Verluste und so könnte man neue Künstler nicht fördern. Natürlich ist das ein Problem, aber es wird leider nur an den Folgen herumgedoktert und nicht an den Ursachen. Ich würde daher zunächst vorschlagen, sich nicht an diese Firmen zu wenden. Ein Majordeal muss sich ergeben. Sie müssen Interesse an euch haben. Nichtsdestoweniger kann man es mit oder ohne gute Kontakte einmal versuchen.

Independent-Labels:

Leider ist die Alternative auch nicht viel besser. Indie-Labels haben chronisch kein Geld und somit werdet ihr auch durch Tonträgerverkäufe keine Reichtümer aufhäufen können. Auch hier ist es keineswegs leichter, überhaupt einen Plattenvertrag zu bekommen. Einfach nur eine gute Platte zu haben reicht nicht aus. Hinzu kommt die fast unerträgliche Unzuverlässigkeit vieler Leute, die in dieser Branche arbeiten. Glaubt nicht, dass ihr auf eine Anfrage an ein Indie-Label eher eine Antwort bekommt als bei einem Majorlabel. Glaubt nicht, dass die Verträge dort fairer sind oder die vollmundigen Versprechungen eher gehalten werden. Die Verträge sind meist von einem Majorlabel übernommen worden und so kaum annehmbar. Besteht man dann auf Änderungen, so werden auch schon mal die Vertragsverhandlungen ohne weitere Begründung abgebrochen, oder man eröffnet euch, dass nun doch kein Geld mehr für eure Platte da sei.

Auch glauben frischgebackene Labelbosse, die ihr Label gerade aus der Taufe gehoben haben, nun könnten sie die Regeln diktieren, nun würden sie die Stars machen und die Künstler wären von ihnen abhängig. Da wird einem schon mal gesagt, man müsse sich noch einen zweiten Sänger besorgen. Spätestens hier zeigt sich, dass die Entscheidungsträger bei Labels selten Ahnung von der Materie haben. Bei Indie-Labels sollte man am besten ein fertiges Produkt inklusive einer

professionellen Aufnahme, der zugehörigen CD-Gestaltung und einem passenden Band-Image vorlegen können, das keine weiteren Kosten verursacht. Zusätzlich muss es dem Labelchef oder dem „artist and repertoire“ Manager, kurz der A&R Manager, auch noch gefallen. Es geht also zu wie in jedem Unternehmen, das irgendwie Geld verdienen will und auch muss. Der persönliche Kontakt zu den Entscheidungsträgern ist auch hier wichtig.

Netlabels:

Diese meist kleinen Internetlabels veröffentlichen spezielle Musik ausschließlich über das Internet. In der Regel sind sie auf ein Genre festgelegt und bieten die Musik Ihrer Künstler zum Herunterladen an. Sie sind nicht zu verwechseln mit Downloadshops, denn bei den Netlabels bekommt man die Musik normalerweise kostenlos und vielfach auch exklusiv.

Ziel dieser Labels ist es, den Künstlern im Internet eine Promotionplattform für Ihre Musik zu bieten und auch das Label als Marke bekannt zu machen.

So gibt es speziell im Bereich der elektronischen Musik viele Netlabel, die für einen bestimmten Sound stehen.

Netlabel arbeiten oft nichtkommerziell.

Der Deal:

Nehmen wir an, ihr habt den Plattendeal. Glaubt nicht, dass das Label automatisch damit beginnen wird, Anzeigen zu schalten, Interviewtermine zu organisieren, Auftritte an Land zu ziehen usw. War das denn Bestandteil des Vertrages? Seht Euch an, was andere Bands beim selben Label machen und was sie bekommen. Sprecht miteinander. Bands und Musiker sehen sich überflüssigerweise oft als Konkurrenten an, was es den Firmen noch einfacher macht, sie gegeneinander auszuspielen. Die Promotion für eure Platte sollte vorher mit dem Label abgesprochen werden. Kümmert Euch trotzdem zusätzlich selbst darum. Schreibt das Info für eure Veröffentlichung selbst und legt es dem Label vor. Versucht so viel wie möglich die Kontrolle und die Übersicht zu behalten. Schreibt mit dem ersten Vertrag nicht bereits die Vergütung für eine zweite Veröffentlichung fest. Denkt daran, niemand will Euch aus lauter Selbstlosigkeit etwas Gutes tun.

Fragt nach, wer die Veröffentlichung vertreibt. Vereinbart, dass das Label quartalsweise eine Abrechnung vorlegt. Lasst es nicht durchgehen, wenn das Label den Termin „vergisst“. Bleibt bei dem Label nur, wenn ihr absolut zufrieden seid. Schließt also einen Vertrag, der euch Möglichkeiten offen lässt. Natürlich ist es toll, eine CD zu veröffentlichen, aber wenn sie am Ende keiner kauft und ihr noch finanziell

über den Tisch gezogen werdet, so hättet ihr die CD am Ende besser nicht veröffentlicht.

7. Samplerbeiträge

Der “Bezahlsampler”:

Viele junge Bands und Solokünstler fallen zu Beginn ihrer Karriere auf so einen Sampler herein. Nachdem man durch erste selbst produzierte CDs in der Presse auf sich aufmerksam gemacht hat, bekommt man Wochen später Post. Dort steht dann zu lesen, dass man auf euch aufmerksam geworden wäre und das Label gerade einen Sampler mit neuen jungen Bands plane. Es gäbe eine Auflage von sagen wir mal 1500 Stück. Davon müsse aber nun jede teilnehmende Band sagen wir 50 Stück abnehmen und zwar zu einem Preis von 5 Euro pro Stück. Dies wäre ja noch ein Vorzugspreis. Schließlich müsse das Label die CDs ja noch pressen lassen, ein Cover erstellen, den Vertrieb organisieren, damit die CDs auch in die Läden kommen, die GEMA Gebühren entrichten und so weiter, daher sei dieser Preis ja gerechtfertigt und es wäre ja sicher kein Problem diese 50 CDs bei Bekannten und bei Auftritten sehr schnell zu verkaufen. Und das Beste ist: ihr wärt auf einer offiziellen CD vertreten. Mit Eurer Adresse, Euren Namen und einem Stück Eurer Wahl. Zur Vereinfachung ist dann meist noch ein Vertrag in zweifacher Ausfertigung beigelegt. Na das ist doch toll, oder? Dem einen oder anderen Leser dürfte das irgendwie bekannt vorkommen, nicht?

Aber der Reihe nach: Das Label hat Euren Bandnamen aus der Newcomer-Rubrik eines Magazins und damit auch Eure Adresse. Sie haben wahrscheinlich noch nicht eine Note von euch gehört, was man insbesondere daran sieht, dass solche Sampler von den Musikstilen her bunt durcheinander gewürfelt sind. Das Label hat tatsächlich die Absicht, diesen Sampler zu veröffentlichen und wird die 1500 Stück wahrscheinlich auch pressen lassen. Da das Label genau weiß, dass niemand einen Sampler kauft, auf dem jemand Unbekanntes drauf ist, müssen also die Bands selbst für den Absatz sorgen. Was ihnen natürlich genauso wenig gelingt, wie dem Label. Wer von Euren Bekannten zahlt Geld für einen Sampler, auf dem ihr nur mit einem Stück vertreten seid? Genauso verhält es sich bei den Auftritten. Wie viele solcher Sampler habt ihr selbst bei Auftritten anderer Bands gekauft? Keinen. Das Ende vom Lied ist, dass ihr auf 80-90% Eurer Sampler sitzen bleibt. Und dafür habt ihr auch noch Geld bezahlt. Das Label ist nicht schuld. Ihr habt es ja nicht verstanden, die

Dinger unters Volk zu bringen. Steht ja alles im Vertrag. Natürlich gehen die restlichen CDs in den Vertrieb (sofern vorhanden) und irgendwo steht auch eine im Laden.

Aber rechnen wir mal durch: 5 EURO pro CD und ihr sollt 50 abnehmen, zahlt also 250 EURO. Es werden auf die CD bis zu 20 Titel gequetscht, daher gibt es im Vertrag auch eine strikte Vorgabe über die Länge des Titels. 20 Bands zahlen 250 EURO. Macht also 5000 EURO für das Label. Gleichzeitig sind von den 1500 CDs bereits 1000 an die Bands gegangen. Bleiben noch 500. Einige Bands ordern von vorn herein, weil das mit dem Sampler eine so gute Sache ist mehr als die 50 CDs. Ein paar werden vom Label als Promotion verschickt und der Rest, also etwa 300 in diesem Beispiel, kommt tatsächlich in den Vertrieb. Das bedeutet, dass CD Mailorder und Versandhäuser sich je eine auf Halde legen, sie ein paar Monate listen und dann ganz streichen. Die wenigsten kommen in die Läden.

Nun zu den Kosten des Labels: Bei unserer Auflage von 1500 Stück kostet die Pressung einer CD vielleicht 1,25 EURO. Das Cover ist ein schlichtes, schwarz-weißes Cover billigster Art. Das Booklet ist so klein und billig wie möglich. Die Vertriebswege bestehen ohnehin schon. Natürlich hat das Label Kosten, aber weit unter den hier errechneten 5000 EURO. Lassen wir die gesamte Herstellung einer einzigen CD mal 2 EURO kosten, mit Cover usw. Macht zusammen 3000 EURO, und hier habe ich schon hohe Kosten angesetzt. Verbleiben also 2000 EURO für das Label, ohne dass dies auch nur eine CD verkauft hat. Irgendwelche Gewinne aus CD Verkäufen gehen natürlich an das Label. Alles ist vertraglich geregelt und damit auch nicht mehr anfechtbar, es sei denn, der Vertrag enthält rechtliche Mängel. So schnell kann man also mit wenig Arbeit einen vierstelligen Betrag einstreichen. Manche Labels werden eigens für solche Aktionen gegründet. Ein Satz aus dem Vertrag wie: „Bei gutem Erfolg des Samplers ist eine weitere Veröffentlichung auf unserem Label nicht ausgeschlossen.“ weckt Hoffnung.

Doch übersetzt heißt das: „Wenn ihr noch mal so blöd seid, nehmen wir Euer Geld gern wieder.“ Und es gibt tatsächlich viele Bands, die auf so etwas mehr als einmal hereinfallen.

Stellt euch einfach mal eine entscheidende Frage: Warum sollt ihr Geld dafür bezahlen, damit andere Leute mit eurer Musik ihrerseits Geld verdienen? Warum sollt ihr dafür bezahlen, dass eure Musik auf einer CD ist und veröffentlicht wird? Sollte es nicht eher umgekehrt sein? Also lasst es einfach und steckt das Geld lieber in gute Aufnahmen.

Andere Sampler:

Natürlich gibt es auch Sampler bei denen man nichts bezahlen muss und sogar an

GEMA-Ausschüttungen beteiligt wird. Auch hier ist der Vertrag genauestens zu prüfen. Räumt dem jeweiligen Label das Nutzungsrecht an einem Titel ein, verkauft ihm aber nicht gleich die gesamten Rechte an diesem Titel und das auch noch auf unbestimmte Zeit. Letzteres würde bedeuten, dass ihr über diesen Titel nicht mehr verfügen dürft. Erkundigt euch in jedem Fall, wer noch alles auf dem Sampler vertreten sein wird. Landet man hier einmal in der falschen Schublade, könnte sich das negativ auswirken. Gleiches gilt auch für CD-Beilagen zu Musikmagazinen. Die Stücke auf diesen Samplern decken meist ein großes Spektrum ab. Aufgrund dessen gelingt es kaum jemandem so eine CD komplett schmerzfrei durchzuhören. Mangels richtigem Cover und CD-Hülle werden diese CDs auch selten wie richtige Sampler behandelt und seltener gehört. Ein Stück auf so einem Sampler hat zwar die theoretische Reichweite des Magazins (Anzahl CDs = Anzahl Magazine), aber es ist zu bedenken, dass in erster Linie das Magazin gekauft wurde und die CD nur eine Beilage ist. Wenn ihr also mit so einem Sampler punkten wollt, sollte euer Titel schon ein echter Kracher sein und möglichst weit vorn in der Reihenfolge stehen. Da der Hörer/Leser weiß, dass auch Musik auf der CD ist, die nicht seinem Geschmack entspricht, kommt die Skip-Taste am CD Spieler häufig zum Einsatz. Kaum jemand macht sich die Mühe und packt so eine Beilagen-CD in eine richtige CD-Hülle, schneidet die Bookletvorlage aus dem Heft und sortiert dann die CD in seine Sammlung ein. Meist weiß man nach ein paar Tagen nicht mehr, ob gute Stücke auf dem Sampler waren oder nicht.

Und auch diese Samplerbeiträge lassen sich die Magazine gut bezahlen.

8. Musikmagazine

Solche Magazine sind häufig die einzige Informationsquelle für den Fan, sich über seine Lieblinge zu informieren. Derzeit liegt oft eine CD oder eine DVD der Ausgabe bei.

Printmagazine:

Da viele Leute nicht gerne seitenlange Berichte auf dem Monitor lesen, erfreut sich die gedruckte Form des Magazins immer noch großer Beliebtheit.

Ziel einer jungen Band ist es oft, einmal ein Interview in solch einem Magazin zu haben oder einen Bericht, zumindest aber eine Rezension der Demo-CD. Dies ist jedoch nicht so einfach, wie es zunächst scheint.

Man braucht zunächst einen Ansprechpartner. Meist findet man nur den Namen des

Chefredakteurs und die Redaktionsanschrift. Weiß man allerdings, wer beispielsweise für die Rezension von Nachwuchsbands zuständig ist, sollte man ihn/sie direkt ansprechen. An ein Interview ist ohne offizielle CD gar nicht zu denken. Auch wenn ihr Eure Neuigkeiten in der news-Rubrik unterbringen wollt, werdet Ihr selten ernst genommen. Ihr seid noch keine Größe im Geschäft und habt keinen Namen. Ein paar Monate später, nachdem Ihr Euer Werk verschickt habt, erscheint vielleicht wirklich eine kleine Rezension im besagten Magazin. Kein Grund in Freudentaumel zu verfallen. Habt Ihr den falschen Ansprechpartner erwischt, kann er mit Eurer Musik nicht viel anfangen und schreibt auch entsprechend. Die Tonqualität des Demos sollte gut sein, denn wenn nicht, steht dazu garantiert etwas drin. Habt Ihr kein eigenes Info beigelegt, muss der zuständige Schreiber die Musik wirklich mögen, um etwas Positives zu schreiben. Da viele aus Zeitmangel oder Unlust ohnehin nur die beiliegenden Infolyer abschreiben, schreibt einfach ein gutes Info und legt es bei. Darin muss alles stehen, was man wissen muss. In aller Kürze versteht sich. Eine Kontaktadresse, E-Mail, Homepage und eventuell der Preis für die CD, wenn man sie denn bei Euch auch erwerben kann.

Nehmen wir an, Ihr habt eine wirklich gute Kritik in diesem Heft. Eventuelle CD-Bestellungen daraufhin werden im einstelligen Bereich bleiben. Brennt also nicht so viele auf Vorrat. Vielleicht bekommt Ihr sogar Post, in der Euch angeboten wird auf einem Sampler vertreten zu sein. Für nur ..., kennen wir schon.

Also das Ganze ist schön und nett, aber das war es dann auch. Wenn mehr dabei herauskommen sollte, umso besser, aber investiert nicht Unmengen an Zeit und Geld für diese Geschichte und sucht Euch die Magazine heraus, die Eure Zielgruppe bedienen.

Schreiberlinge:

Noch etwas zu den Schreibern solcher Hefte (ich war selber mal einer): Für die Rezensionen gibt es bei vielen Magazinen kein Honorar, d.h. man macht das Ganze quasi ehrenamtlich. Einziger Vorteil, man darf die CDs behalten, über die man etwas geschrieben hat. Man bekommt aber eben nur selten genau die CDs, über die man etwas schreiben möchte. Man darf zwar Wünsche äußern, aber die Leute, die bereits länger dabei sind und sich immer lobend über den Chefredakteur auslassen bekommen ihre Wünsche zuerst erfüllt. Also haben viele Schreiber eine Reihe CDs

auf dem Tisch, über die sie gar nichts schreiben wollen. Sie kennen die betreffende Band oft gar nicht. Es ist auch nicht ihre Musikrichtung. Da wird auch nicht groß recherchiert, denn Geld gibt es ja dafür nicht. Also nimmt man sich das Info vor. Dennoch ist zu diesem Zeitpunkt nicht einmal sicher, ob die Rezension überhaupt abgedruckt wird. Schreiber für Musikmagazine arbeiten oft für den Papierkorb.

Ihr meint, das ist den Musikern gegenüber nicht fair? Recht habt Ihr, aber so läuft das nun mal.

Interviews:

Um Interviews solltet Ihr Euch genau dann Gedanken machen, wenn jemand von Euch ein Interview haben will. Und das geht so:

Die allermeisten Magazine machen nur dann ein Interview mit einer Band, wenn das entsprechende Label auch eine Anzeige im Magazin schaltet. Ihr denkt nun, das hat mit Journalismus nichts mehr zu tun? Stimmt, nützt Euch aber nichts. Ohne ein finanzkräftiges Label kommt Ihr nur zu wenigen Interviews und die bekommt Ihr dann auch nur in den weniger großen Magazinen. Wenn Ihr kein Label habt, könnt Ihr natürlich selber eine Anzeige schalten. Wir reden hier übrigens von einem dreistelligen Eurobetrag.

Und auch dann Vorsicht mit dem, was Ihr sagt. Keine Generalabrechnung mit einer ungeliebten anderen Band, keine politischen Äußerungen, immer politisch korrekt bleiben. Das ist nur ein Tipp. Viele Bands sind deshalb "unten durch", weil sie die Klappe weit aufgerissen haben, aber leider nichts Sinnvolles herauskam. Musik und Image sollten auch in Interviews wenigstens ein bisschen zusammenpassen.

Gerade bei den Printmagazinen sticht noch eine Sache deutlich hervor. Einige Mitarbeiter sind unglaublich arrogant und halten sich für die Bewahrer des guten Geschmacks. Das äußert sich in der Wortwahl und im allgemeinen Umgang mit Euch. Natürlich nur, solange Ihr nicht bekannt seid. Danach haben sie natürlich schon immer an Euch geglaubt und bitten um ein Interview. Legt vielleicht aber schon mal innerhalb der Band fest, wer Interviews geben soll und darf.

Onlinemagazine:

Diese Form der Magazine ist teilweise nicht auf Gewinn ausgerichtet und wird dann aus purem Idealismus betrieben. Die Reichweite ist schwer bestimmbar. Hier ist es

leichter möglich eine Rezension zu seinem Werk zu bekommen. Allerdings werden eventuelle Verkäufe sich auf noch niedrigerem Niveau bewegen. Oftmals tut sich rein gar nichts. Nicht einmal die Besuchszahlen Eurer Homepage ändern sich. Also gilt auch hier: Gezielte Auswahl, weniger ist mehr und investiert nicht zu viel Zeit und Geld.

Etwas haben allerdings alle Magazine gemeinsam. Auch wenn niemand etwas von Euch kauft, so macht Ihr zumindest Euren Namen schon einmal bekannt. Natürlich nur, wenn wirklich etwas über Euch erscheint.

9. Internet und Radio

Das Internet wird als Verbreitungsmedium noch immer überschätzt. Online-Magazine werden zwar gelesen, aber wie bei Printmedien auch, wird nur das zur Kenntnis genommen, was den Leser interessiert und was er eventuell auch kennt. Eine unbekannte Nachwuchsband gehört somit eher nicht dazu. Es gibt Magazine, die sich auf so etwas allerdings spezialisiert haben. Die Zahl der Besucher bleibt aber naturgemäß gering.

Internetportale:

Nun gibt es noch zahlreiche Internetportale, über die man seine mp3-Dateien verbreiten kann. Ihre Zahl wächst ständig. Dort kann man dann seine Stücke hochladen und andere können sie wieder herunterladen. Kaum eine Band jedoch schafft den Durchbruch auf diese Weise. Die Flut der Stücke, die bereitgestellt werden ist einfach zu groß. Hinzu kommt, dass 90% in jeglicher Hinsicht einfach nur Müll sind. Das liegt daran, dass die Qualitätsstandards sehr klein gehalten werden und somit auch jeder, der seine Spielesoundkarte erfolgreich quälen kann hier zugelassen wird. Sogar wenn Ihr einmal mit einem Titel in den Downloadcharts eines Anbieters seid, bekommt Ihr häufig keine Reaktionen.

Die Flut:

Ein Hauptproblem ist die Datenmenge. Nicht nur die, die bereits vorhanden ist,

sondern auch die der Stücke, die man durch das Internet bewegen will. Mit einem Modem war die Angelegenheit sehr mühselig und machte eigentlich nie Spaß. Bei ISDN oder DSL sieht das bereits anders aus. Aber fragt Euch selbst. Habt Ihr schon einmal bei einem mp3-Portal nach neuer aufregender Musik gesucht, einfach weil Ihr das Bedürfnis hattet und diese dann auch noch gefunden? Ich nicht. Ich kenne auch keinen, der so etwas gemacht hat. Ihr glaubt, dass Plattenfirmen dort nach neuen Stars suchen? Dann blättert noch einmal ein paar Seiten zurück. Sollte es doch so sein, warum sollten sie Euch finden unter 2000 Einträgen in der Rubrik Rock/Pop?

Kommunikation:

Aber das Internet taugt doch wenigstens zur Kommunikation, oder etwa nicht?

Richtig, man kann Plattenfirmen, Magazinen und wem auch immer jede Menge E-Mails schicken. Das ist unbestritten. Allerdings werdet Ihr in den allermeisten Fällen keine, oder eine unbrauchbare Antwort bekommen. Es wird sich auch keiner Eure Homepage ansehen, nur weil Ihr ihn per E-Mail darum bittet. Erwartet einfach keine Antwort darauf, denn das ist der Standardfall. Beschimpfungen in einer zweiten Mail werden daran nichts ändern. Warum sollten die Leute hier zuverlässiger sein? Sie sind es nicht. Sie haben keine Zeit und keine Lust sich mit Euch zu befassen. Erst wenn Ihr bekannt seid. Probiert es aber trotzdem aus und unterscheidet zwischen echtem Interesse und einer Antwort aus der Konservendose.

Eurerseits sollte es allerdings guter Stil seine E-Mails von Labels, Fans und allen anderen, die Interesse an Eurer Musik zeigen zu beantworten.

Die beste Methode der Kommunikation ist die direkte. Ein persönliches Gespräch oder ein Telefonat. Das Internet ersetzt nichts, es ergänzt lediglich. Nutzt das Internet als Informationsquelle, denn dafür ist es gut.

Radio:

Man könnte auf den Gedanken kommen, seinen Lieblingsradiosendern auch gleich eine Demo-CD zukommen zu lassen. Die Sache hat nur mehrere Haken. Die meisten Sender spielen grundsätzlich keine Musik von Bands, dessen Werk man nicht im Laden kaufen kann. Dann fehlt es häufig auch an einer geeigneten Musiksendung. In Zeiten des Formatradios, wo überall und zu jeder Stunde "der beste Mix aus 80er, 90er und von heute" zu hören ist, ist für so etwas kein Platz.

Wenn Ihr es trotzdem versuchen wollt, so braucht Ihr auch hier wieder einen Ansprechpartner. Eine Möglichkeit für junge Bands, im Radio gespielt zu werden ist, sich an den offenen Kanal zu wenden. So einen offenen Kanal gibt es in fast jeder größeren Stadt und in jedem Landkreis. Dort gibt es noch richtige Musiksendungen, die sich thematisch und musikalisch unterscheiden. Hier müsst Ihr Euch eine geeignete Sendung heraussuchen und Euch an den Verantwortlichen wenden. Im besten Fall dürft Ihr eine ganze Stunde lang Eure Musik vorstellen, mit Interview und allem drum und dran. Nur wenn diese Sendung keiner hört, nützt Euch das wenig. Rechnet auch hier damit, dass Ihr absolut keine Reaktion zu dieser Sendung bekommt. Ein Versuch ist es aber allemal wert.

10. Die eigene Homepage

Auch dieser Bestandteil des Internets wird überschätzt. Natürlich ist es schön, wenn man als Projekt oder Band auch eine eigene Homepage hat. Die Erwartungen, die dann aber darin hineingesetzt werden, übertreffen die Realität jedoch oft bei weitem.

Aller Anfang:

Es beginnt damit, dass die drei wichtigsten Fragen vor Erstellung der Seite beantwortet werden, nämlich: Wer ist meine **Zielgruppe**? Was will ich auf der Seite darstellen/erreichen und was nicht? Wie erfährt meine Zielgruppe, dass es die Seite überhaupt gibt? Ohne Antworten auf diese Fragen, ist die Erstellung einer eigenen Homepage reine Zeitverschwendung. Danach kommen weitere Fragen hinzu: Wer erstellt die Seiten? Wer pflegt und aktualisiert die Seiten? Wie messe ich den Erfolg der Homepage?

Damit sollte eines klar sein. Die Erstellung der eigenen Homepage beginnt nicht am Computer sondern im Kopf und mit einem weißen Blatt Papier. Dort werden die oben genannten Fragen beantwortet und eine erste grobe Struktur der Seite geplant. Wenn sich der Besucher nicht schnell zurechtfindet, verlässt er die Seite gleich wieder. Das macht Ihr schließlich doch auch so, oder? Also einfach drauf los machen, weil das auch-haben-Syndrom wieder mal zugeschlagen hat, bringt keinen Erfolg.

Ich möchte nun auf die einzelnen Fragen etwas näher eingehen:

Die Zielgruppe wird in unserem Fall wohl die musikinteressierte Bevölkerung Deutschlands, Europas oder der Welt zwischen sagen wir mal 12 und 60 Jahren sein. Aber schon hier taucht eine weitere Frage auf. Erstellen wir die Seite auf Deutsch oder auf Englisch? Oder lohnt sich sogar der Aufwand beides zu erstellen?

Nun können wir unsere Zielgruppe aber noch etwas eingrenzen. Dabei kommt es auf die Musik an, die Ihr macht. Bei Techno-Trance scheiden schon mal alle oberhalb von etwa 40 Jahren aus (Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel). Bei Rock ´n roll geht es wahrscheinlich erst bei 18 Jahren langsam los mit dem Schwerpunkt auf eher ältere Semester. Vielleicht gehört Eure Zielgruppe gerade zu den Menschen, die die wenigsten Internetanschlüsse haben. Diese Eingrenzung ist wichtig für das Erscheinungsbild der Seite (und nebenbei auch für Euer Image) und für die Benutzerführung. Dazu später mehr.

Nun, was wollen wir darstellen? Natürlich unsere Band, unser Projekt. Wer sind wir? Warum sind wir? Was haben wir gemacht? Alles was dazugehört. Fragt Euch genau, was den Besucher Eurer Seite interessieren könnte. Fotos der Bandmitglieder? Eine Liste der benutzten Instrumente? Songtexte, Audio- und Videomaterial? Wählt hier sorgfältig aus. Es muss auch nicht alles auf einmal auf die Seite. Man kann diese ja je nach Bedarf beliebig erweitern. Das allerdings richtet sich auch nach dem Speicherplatz, den Ihr zur Verfügung habt. Schreibt auf, was unbedingt enthalten sein soll. Dann nehmt wieder ein Blatt Papier, zeichnet ein viereckiges Kästchen und schreibt "Startseite" hinein. Danach malt weitere Kästchen und ordnet die festgelegten Inhalte den Kästchen zu. Legt Verbindungen fest. Was kann ich von welcher Seite aus erreichen? Wenn es zu komplex oder unübersichtlich wird, schneidet kleine Kärtchen aus und beschriftet sie. Nun könnt Ihr alles beliebig verschieben und so die optimale Struktur der Seite finden.

Wie, Ihr dachtet, das wird nicht so kompliziert? Es kommt noch besser, aber nur Mut. Jetzt die Frage, wie die Besucher von Eurer Homepage erfahren. Da wird es schwierig. Zunächst einmal sollte die Adresse Eurer Seite auf allem zu finden sein, was Ihr verschickt. Auf einem Info, auf dem CD-Cover, auf Flyern, auf T-Shirts usw. Jedes E-Mail Programm bietet die Möglichkeit sogenannte Signaturen jeder ausgehenden Mail hinzuzufügen. Fügt Eure komplette Adresse hinzu einschließlich die der Homepage. Tragt Euch in die gängigsten Suchmaschinen ein. Versucht

andere dazu zu bewegen, Eure Seite zu verlinken. In der Regel müsst Ihr dann auch einen Link auf deren Seite setzen. Trotzdem werden alle diese Maßnahmen nicht hunderte von Besuchern pro Woche auf Eure Seite spülen. Überprüft diese Maßnahmen ständig, bleibt am Ball und erwartet keine Wunder. Es kann in Chatrooms und Foren übrigens nerven, wenn irgendwer ständig seine Homepage anpreist.

Am besten ist es natürlich, wenn man die Homepage selbst erstellt. Dies kann man auch relativ schnell erlernen, auch wenn man glaubt, von all dem keine Ahnung zu haben (siehe Links im Anhang). Es kostet aber Zeit. Spätestens wenn es an Aktualisierungen der Seite geht, sollte man nicht auf andere angewiesen sein. Natürlich kann auch ein guter Freund die Seite basteln, sollte Euch aber dann erklären, wie Ihr kleine Änderungen selbst vornehmen könnt. Richtig professionelle Seiten können von kommerziellen Anbietern erstellt werden. Lasst Euch aber Angebote machen.

Die Internetadresse:

Noch ein Wort zur Internetadresse Eurer Homepage selbst:

Dort, wo im Internet kostenloser Speicherplatz zur Verfügung gestellt wird, hat man in den allermeisten Fällen auch Werbung auf der eigenen Seite. Zusätzlich bekommt man Teile der Adresse vorgegeben. Wenn das Ganze also von Anfang an professionell sein soll, dann kostet die Angelegenheit Geld. Überlegt Euch also, welchen Stellenwert für Euch diese Seite haben soll. Mietet man sich nun Speicherplatz bei einem Anbieter an, ist oftmals auch die eigene Adresse im Angebot inbegriffen. Das bedeutet, Ihr könnt wählen, wie die Adresse lautet, es sei denn, genau der Name ist bereits vergeben. Üblicherweise wählt man den Bandnamen als Adresse, also: www.bandname.de. Haltet die Adresse so kurz wie möglich. Sie wird in Deutschland bei der DENIC angemeldet, was aber in der Regel über den entsprechenden Anbieter geschieht. Man kann jedoch bei Namensstreitigkeiten unter www.denic.de nachsehen, wem die fragliche Domain gehört.

Die Optik:

Zum Aussehen Eurer Seite. Sie sollte wenn möglich und vorhanden Eurem Image und Eurer Musik entsprechen. Ein großer Cowboyhut und ein Sattel deuten nicht

zwingend auf elektronische Musik hin. Ich würde eher auf Countrymusik tippen. Packt nicht zu viel auf einmal auf die Seite. Weniger ist manchmal mehr. Seht Euch Seiten von anderen Bands an. Was gefällt Euch daran und was nicht? Nicht alles was möglich ist, ist auch nötig.

Wenn Ihr unbedingt Flash einsetzen wollt, dann gezielt und sparsam. Nichts ist für jemanden mit einer langsamen Internetverbindung anödender, als gleich auf der ersten Seite mehrere Minuten auf ein nichtssagendes Intro warten zu müssen. Gebt dem Besucher die Möglichkeit, solche Filmchen und Animationen zu überspringen oder abzuschalten. Auf manchen Seiten ist es sogar möglich zwischen einer Flash- und einer HTML-Variante der Seite zu wählen. Auch wenn man durch Werbung u.ä. den Eindruck bekommt, alle hätten mittlerweile DSL, dem ist nicht so.

Auf vielen privaten Seiten im Internet sieht man Dinge wie animierte gifs (diese kleinen sich ständig bewegenden Bildchen), Lauftexte, Gästebücher, sich neu öffnende Fenster usw. Auf professionellen und gewerblichen Seiten sieht man so etwas in der Regel nicht. Woran liegt das? Ganz einfach: All diese Dinge haben nur einen Zweck. Der Ersteller der Seiten will zeigen, was er für tolle Sachen auf seiner Homepage hat und damit den Betrachter in den Wahnsinn treiben. Natürlich fangen viele Leute so mit ihrer ersten Homepage an (jaja, ich gestehe). Notwendig ist keines der genannten Dinge. Animierte gifs nerven schnell und lenken vom Inhalt der Seite ab. Eine Information enthalten sie jedoch nicht. Lauftexte enthalten zwar eine Information, lenken aber auch ab. Diese Informationen kann man in anderer Form besser darstellen. Zusätzliche Fenster müssen wieder geschlossen werden und verdecken andere Fenster und damit andere Informationen. Ein Gästebuch erfüllt ebenso keinen tieferen Sinn. Wenn jemand etwas will, so kann er sich auch per E-Mail an Euch wenden. Gästebücher bergen das Problem, dass jeder alles dort hineinschreiben kann. Daher ist man dazu gezwungen, den Inhalt regelmäßig zu überprüfen und gegebenenfalls zu ändern. Und dann gibt es da noch "under construction". Dieses gif oder dieser Schriftzug ist vollkommen überflüssig. Niemand will wissen, was alles nicht auf Eurer Seite ist. Dass Ihr die Seite ständig anpasst und aktualisiert, wird von Euch ohnehin erwartet und damit ist Eure Seite "always under construction", was aber wohl für das gesamte Internet gilt. Versucht immer, die Seite aus der Sicht eines neuen Besuchers zu betrachten.

Beachtet auch, dass für Fotos und Texte ggf. das Urheberrecht zu beachten ist. Sind

Fotos oder Texte nicht von Euch, so müsst Ihr das jeweilige Nutzungsrecht des Urhebers einholen.

Audio:

Da es ja um Musik geht, sollte man auch Musikstücke auf Eurer Seite vorfinden können. Schneidet ausgewählte Stücke auf dem Rechner zurecht und konvertiert sie in mp3- Dateien oder Real audio-Dateien (ra/ram-Dateien). Beide Formate erlauben es auch, sog. **streaming audio** Dateien zu erstellen. Der Server, auf dem Eure Homepage liegt, muss dies jedoch ebenfalls unterstützen. Streaming audio bedeutet, dass man nicht erst die ganze Datei herunterladen muss, um etwas zu hören. Zur Erstellung gibt es kostenlose Software im Internet. Wählt nicht zu kleine Ausschnitte aus Euren Stücken. Unter 90 Sekunden gewinnt man oft nur schwer einen Eindruck von dem Stück. Bei der Konvertierung muss immer ein Kompromiss zwischen Audioqualität und Dateigröße bzw. Speicherplatz gefunden werden. Probiert es im Zweifel aus und ladet dabei auch einmal Eure Dateien mit einem Handy herunter. Außer den genannten Formaten gibt es noch eine Reihe weiterer Formate. Hier solltet Ihr jedoch warten, bis sich ein weiteres Format etabliert hat, denn wenn gängige Player wie Winamp oder der Windows Media player diese Dateien nicht abspielen können, wird sie auch kaum jemand hören können. Nötigt niemanden zum herunterladen eines neuen Players sondern bietet im Zweifelsfall zwei verschiedene Formate an.

Vor dem Start:

Schlussendlich sollte man seine Seite vor dem Hochladen genauestens testen. Noch besser ist es, wenn man dies von mehreren Leuten der vermeintlichen Zielgruppe durchführen lässt. Fragt Freunde und Bekannte, ob sie sich die Seite einmal ansehen wollen und gebt sie ihnen auf CD-ROM, USB-Stick o.ä. Bittet sie, alle Fehler und Ungereimtheiten aufzuschreiben. Fragt sie nach ihrem Urteil zur Bedienbarkeit, Geschwindigkeit, Layout usw. Nehmt diese Hinweise ernst und bessert die Seite ggf. nach. Achtet auch darauf, dass die Seite keine Befehle und Funktionen enthält, die nur ein bestimmter Browser verarbeiten kann. Versucht die Seite nicht ausschließlich für den Microsoft Internet Explorer zu erstellen. Solltet Ihr Nutzer von Firefox, Opera, Chrome usw. ausschließen, werden sie nie wieder einen

Versuch unternehmen, sich Eure Seite anzusehen. Manche nehmen so eine Missachtung sehr persönlich. Es besteht auch eine Impressumspflicht für Internetseiten. Davon ausgenommen sind lediglich rein private Homepages. Wenn Ihr jedoch Eure Werke auch auf der Homepage anbieten wollt und Euer Projekt/Eure Band auf Dauer angelegt sind, kommt Ihr um ein Impressum nicht herum. In jedem Fall sind Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail Adresse anzugeben. Am besten macht Ihr das auf der Seite "Kontakt" oder "Impressum". Vergesst in diesem Zusammenhang nicht den Haftungsausschluss für Links.

Danach könnt Ihr den offiziellen Startschuss geben. Zur Überprüfung des Erfolgs Eurer Seite bieten die Provider oft eine Reihe von Werkzeugen an.

Interessant sind jedoch nicht (nur) die reinen Besuchszahlen der Startseite, sondern auch weitere Informationen wie der verwendete Browser des Besuchers, wie er auf Eure Seite gekommen ist usw. Vor einem Update der eigenen Homepage solltet Ihr solche Daten, sofern verfügbar auswerten.

Myspace, Facebook & Co.

Auf diesen Portalen können Musiker ebenfalls eigene Seiten erstellen, Songs hochladen usw.

Allerdings gibt es mittlerweile eine derartige Fülle von Portalen, dass man den Überblick verliert. Alle Eure Profile müssen auch regelmäßig gepflegt werden. Wählt also besser aus, welche Portale gute Möglichkeiten bieten und beschränkt euch auf wenige.

11. Talentwettbewerbe

Diese Form der Nachwuchsgewinnung und -förderung trifft man mittlerweile in vielfältiger Form an. Das Spektrum reicht von Wettbewerben kleiner Onlinemagazine über Wettbewerbe von Musikzeitschriften bis hin zu den ganz großen Medienereignissen im Fernsehen.

Nur geht es hier oftmals leider eben nicht um die Suche nach Talenten, sondern um die Suche nach Geld. Man sucht sich als Plattenfirma/Medienkonzern etc. nicht mehr

die Leute selbst und begibt sich aktiv auf die Suche, sondern man lässt sie alle herkommen und siebt nur noch aus. Dass das Ganze auch noch kommerziell ausgeschlachtet wird, dürften die meisten von Euch bereits bemerkt haben.

Ob man als Bewerber wirklich eine Chance hat, kann man oft schon an den **Teilnahmebedingungen** ersehen. Meist gibt es bereits eine Altersbegrenzung. Was so viel bedeutet wie: ab 25 kannst Du kein Talent mehr haben oder bist eventuell bereits zu reif, um Dich über den Tisch ziehen zu lassen.

Teils werden nur Einzelpersonen gesucht, teils auch Bands. Dann wird häufig neben ein paar Daten ein Foto verlangt. Nicht etwa ein Upload/ eine CD mit den Sangeskünsten oder gar eigene Stücke, nein, schlicht ein Foto. Was mag nun wohl das Auswahlkriterium für die nächste Runde sein?

Aber es gibt auch Wettbewerbe, bei denen kann man als Band neben seinem Foto noch etwas Musik mitschicken. Das scheint sich zu lohnen, oder? Was gibt es denn überhaupt zu gewinnen? Die professionelle Aufnahme von drei Stücken in einem Studio in Paris. Oder tausend Stück von Deiner CD, die Du vorher irgendwo aufnehmen durftest. Ich habe auch schon einmal von einem Plattenvertrag für eine Maxi-CD gehört. Alles in allem ganz nett, aber der Durchbruch ist das auch nicht. Auch hier kommt es dann wieder auf die konkreten Verträge an, die Ihr jetzt aber noch gar nicht kennt. Bei einigen Wettbewerben muss man sich auch durch mehrere Auftritte erst die Gunst der Jury erspielen und die Mitbewerber ausstechen. Wer die Kosten trägt ist zunächst auch nicht bekannt. Die Termine stehen natürlich fest. Wie, an dem Tag muss einer von Euch arbeiten? Pech gehabt.

Bei den meisten Einsendungen zu solchen Wettbewerben bekommt man allenfalls eine Eingangsbestätigung und hört sonst nie wieder etwas von der Sache. Bezeichnenderweise hört man auch von der Gewinnerband nie wieder etwas, falls Ihr den Wettbewerb überhaupt weiter verfolgt habt. Auch hier gibt es Ausnahmen. Gewinnerbands werden dann groß angepriesen. Allerdings auch nur, um darauf hinzuweisen, dass der nächste Wettbewerb ansteht. Qualität setzt sich auch hier nicht immer durch, denn gewonnen hat in der Regel eine drittklassige Rock-Combo aus dem Dorf eines der Juroren.

Fazit: Prüft zunächst, ob das, was dem Gewinner in Aussicht gestellt wird sich für Euch auch wirklich lohnt. Dann stellt fest, welche Kosten und welche zeitliche

Belastung auf Euch zukommen. Dann entscheidet über die Teilnahme. Dabeisein ist nicht unbedingt alles.

12. Studios

Studios sind dazu da entweder ein gutes Demo oder eine richtige Aufnahme für eine Veröffentlichung zu produzieren. Die Kosten für einen Studiobesuch sind aber gerade für eine junge Band immens und kaum zu bezahlen, jedenfalls wenn es sich um ein großes Studio handelt. Heutzutage gibt es auch viele sogenannte Projektstudios, die preislich eher erschwinglich sind. Solltet Ihr an einen richtigen Plattendeal kommen, so ist das Label oftmals für die Studiokosten zuständig. Es sei denn, Ihr liefert bereits Material ab, das sofort vervielfältigt werden kann.

Aufgrund der schlechten Lage im Musikbusiness scheuen natürlich Label die Kosten für eine Studioaufnahme. Wenn das angelieferte Demo schon qualitativ preßreif ist, so fallen für das Label weniger Kosten an. Ergo haben solche Bands auch größere Chancen auf einen Deal. Man muss im Einzelfall entscheiden, ob man es als Musiker oder Band schafft, ein Demo von solch hoher Qualität zu produzieren.

Es gibt mittlerweile sehr viele Musiker, die ihre CDs zuhause aufnehmen und ein Tonstudio noch nie von innen gesehen haben. Wirklich gute Ergebnisse wird man in der ersten Zeit nicht erzielen, aber für ein Demo reicht es allemal. Trennt Euch von der Vorstellung, dass man eine gute CD nur in einem richtigen Studio aufnehmen kann. Fragt Euch, was Ihr erreichen wollt, wie gut das Ergebnis klingen soll. Eine Big Band lässt sich nicht so ohne weiteres im heimischen Keller aufnehmen. Hier wäre ein Studio wieder die richtige Wahl. Ähnliches mag für ein richtiges Schlagzeug gelten. Trotzdem muss man auch dann nicht gleich unbedingt alles im Studio aufnehmen, denn Zeit ist Geld, insbesondere Studiozeit.

Wenn die Frage Studio oder nicht ansteht, macht Euch also zunächst klar, was als Ergebnis herauskommen soll. Wie gut sind Eure jetzigen Aufnahmemöglichkeiten von Eurem Ziel entfernt? Was wollt Ihr mit den Aufnahmen hinterher machen?

Studio ist nicht gleich Studio. Viele haben sich spezialisiert oder sind einfach von der technischen Ausstattung her für gewisse Musikrichtungen besser geeignet als

andere. Wählt sorgfältig aus, vergleicht die Preise und seht Euch das Studio einmal an. Redet mit dem Betreffenden (Toningenieur/Studiobesitzer) und spielt ihm Eure Musik vor. Danach wird oftmals schon klar, was möglich ist und was nicht. Wenn Ihr Euch für ein Studio entschieden habt, macht einen Vertrag. Legt ganz genau fest, was der Mann (Frauen sind hier eher selten) machen darf und soll. Macht Termine aus.

Auch hier gilt wieder das, was ich bereits sagte. Rechnet damit, dass Euch großartige Versprechungen gemacht werden, von denen hinterher natürlich nichts gehalten wird. Rechnet mit der Unzuverlässigkeit von Studiolauten genauso, wie bei allen anderen Menschen. Termine werden mal vergessen, Zusagen nicht eingehalten usw. Viele dieser Studiobesitzer haben auch keine Ausbildung zum Tontechniker und stützen sich auf jahrelange Erfahrung. Einem Studiomenchen musste ich mal erklären, dass er ein PlugIn abschalten muss, damit der Sound nicht nur rechts aus der Box kommt. Einem anderen musste ich seinen eigenen Synthesizer erklären. Versucht herauszufinden, wer wirklich ein Profi ist und wer sich nur als einer ausgibt. Lasst Euch Aufnahmen vorspielen, die in dem Studio gemacht wurden. Besucht mehrere Studios und bleibt dann dort, wo Ihr ein gutes Gefühl habt. Der Preis allein sollte hier nicht entscheiden.

Während der Aufnahmen denkt immer daran, es sind Eure Stücke. Ihr seid der Boss. Sprüche wie: "So etwas kann ein Pianist gar nicht spielen." oder "So arrangiert man das nicht." könnt Ihr getrost ignorieren. Musik ist Kunst und da habt Ihr alle Freiheiten, es sei denn Euer Produzent klopft Euch ständig auf die Finger. Lasst Euch keine Vorschriften machen, die es gar nicht gibt. Denkt auch daran, dass das Studio lediglich eine Dienstleistung erbringt. Erwartet nicht, dass jemand für Eure Stücke Feuer und Flamme ist und sich mehr als notwendig damit beschäftigt.

Mastering:

Noch ein Wort zum Mastering. Kaum ein Thema wird so gerne missverstanden. Viele Musiker und Studiolauten glauben, alleine durch die Erwähnung des Wortes „Mastering“ ihre fachliche Kompetenz unter Beweis stellen zu können. Mastern haftet aber nichts Mystisches an, wenn man weiß, was da gemacht wird.

Man unterscheidet zwischen technischem und kreativem Mastering. Beim technischen Mastering geht es zum Beispiel darum, die Anfänge und Enden der Titel

richtig zu beschneiden, Fades zu setzen, die Indices für die Titel festzulegen usw. Eine klangliche Aufwertung des Materials erfolgt aber nicht.

Beim kreativen Mastering wird den Songs (also der Stereosumme, nicht einzelnen Spuren) nochmals mit allerlei analogem und/oder digitalem Equipment zu Leibe gerückt, um eventuelle Mischfehler zu korrigieren, eine gleichmäßige Lautheit der CD zu erreichen, der Aufnahme mehr Transparenz, Druck und Brillanz zu verleihen usw. Wichtig ist jedoch, dass das Material, also die fertigen Mixe an sich schon mal gut sind. Auch Mastering kann nicht aus Sch... Gold machen. Zum Zweiten muss derjenige, der mastert sein Handwerk auch verstehen. Neben gutem Equipment gehört da auch einige Erfahrung dazu. Mal eben in einer Stunde mit ein paar Plugins herumfuhrwerken reicht da nicht aus.

Es macht übrigens auch Sinn, wenn der Mastering Engineer nicht dieselbe Person ist, wie der Toningenieur, der die Aufnahmen gemischt hat. Soll es doch derselbe sein, dann ist etwas zeitlicher Abstand zu den Stücken angebracht.

Ganz wichtig: Mastering ist NICHT „laut machen“. Leider wird der Musik im Mastering gerne die Dynamik geraubt und vergessen, dass es auch Lautstärkereglern an den Abhöranlagen gibt. Viele Veröffentlichungen sind durch diese Unsitte heutzutage nahezu unhörbar geworden.

Also: eine gute Aufnahme kann durch gutes Mastering den letzten Schliff bekommen und richtig brillant werden. Eine schlechte Aufnahme kann man allenfalls ins Erträgliche retten.

13. Musikerrecht

Recht für Musiker ist ein schwieriges Thema und daher überlasse ich es auch der einschlägigen Fachliteratur, sich damit auseinanderzusetzen. Doch ein paar Hinweise aus der Praxis möchte ich trotzdem geben.

Verträge:

Vielfach war bereits von Verträgen die Rede und diese sind sicher das wichtigste, was die rechtliche Seite angeht. Grundsätzlich herrscht Vertragsfreiheit, aber

Verträge müssen so beschaffen sein, dass sie nicht gegen geltendes Recht verstoßen oder gegen die guten Sitten, wie es so schön heißt. Das heißt, man kann zwar alles in so einen Vertrag hineinschreiben, läuft aber Gefahr, dass Teile davon oder auch der ganze Vertrag nichtig, d.h. unwirksam sind. Dies wird normalerweise in der sogenannten "Salvatorischen Klausel" festgeschrieben.

Ein Vertrag bedarf auch nicht der Schriftform. Laut BGB genügen zwei übereinstimmende Willenserklärungen. Jedoch sind gerade mündliche Absprachen schwer beweisbar.

Juristische Formulierungen sind nicht immer leicht verständlich und so übersieht man beim ersten Durchlesen eines Vertrages vielleicht eine wichtige Klausel. Dies bedeutet im Klartext: Wenn es um wirklich viel Geld geht, lasst den Vertrag prüfen. Am besten von jemandem, der sich speziell mit Musikerrecht auskennt. Das kostet dann zwar auch Geld, kann Euch aber vor einem Knebelvertrag, der Euch auf Jahre bindet und Euch viel Geld kostet bewahren.

Auch bei allen anderen Verträgen sollte man sich zumindest informieren und ggf. auch Rückfragen an den Vertragspartner stellen, wie denn nun was gemeint sei. Verträge kann man ändern. An der Flexibilität des Vertragspartners kann man oft schon ersehen, wie "vorteilhaft" dieser Vertrag für Euch ist. Akzeptiert nicht gleich den Standardvertrag, den man Euch unter die Nase hält. Wenn Ihr der Meinung seid, dass etwas fehlt, lasst es nachtragen. Lest Euch genau durch, welche Rechte Ihr für welchen Zeitraum an das Label abtretet. Räumt dem Label nicht gleich jedes Recht für eine weitere Veröffentlichung, für die Nutzung Eurer Stücke auf Samplern ohne Eure Zustimmung usw. ein. Auch solltet Ihr Euch nur zu Dingen verpflichten, die Ihr auch wirklich einhalten könnt. Ich las einmal in einem Vertrag, dass die Band sich verpflichtet einmal pro Jahr für eine Tournee zur Verfügung zu stehen, für Videos, sonstige Termine und darüber hinaus die Pflicht hatte pro Jahr ein Album fertigzustellen. Die Veröffentlichung des Albums wollte das Label sich jedoch vorbehalten. Prüft also genau, was Ihr wollt und was Ihr leisten könnt. Jedes Versäumnis Eurerseits ist Euer Schaden.

Urheberrecht:

Selbstkomponierte Stücke sind urheberrechtlich geschützt. Sie müssen also weder veröffentlicht worden sein, noch bei der GEMA angemeldet sein, um diesen

Rechtsschutz zu genießen. Einziges Problem ist wieder die Beweisbarkeit. Das Urheberrecht ist nicht übertragbar. An eine Plattenfirma zum Beispiel werden lediglich Nutzungsrechte übertragen.

Gerade in der Musik treten immer wieder neue Fälle auf, die bislang nicht behandelt worden sind und die Rechtsprechung entwickelt sich auch hier weiter. Um sich ein erstes Grundwissen zu verschaffen, empfehle ich die Anschaffung eines speziellen Ratgebers in Sachen Musikerrecht.

Coverversionen:

Hier muss zunächst unterschieden werden, ob eine Bearbeitung oder eine sogenannte "Freie Benutzung" vorliegt. In beiden Fällen entsteht ein neues, eigenständiges und damit schutzwürdiges Werk. Nur die freie Benutzung darf ohne Zustimmung des Urhebers veröffentlicht werden. GEMA Gebühren sind im Zweifelsfall jedoch trotzdem zu entrichten. Die Abgrenzung zur "normalen" Benutzung oder dem Musikzitat ist oft nicht einfach. Eine allgemeine Aussage kann ich an dieser Stelle nicht tätigen. Es muss jeder Einzelfall betrachtet werden. Im Zweifel kann man sich hier an die GEMA wenden. Solange Ihr Coverversionen nur im Übungskeller spielt, ist die Sache unproblematisch. Bekommt Ihr für die Darbietung jedoch Geld, fangen die Probleme an.

Band-/Projektname:

Es kommt immer wieder vor, dass der Bandname plötzlich ein zweites Mal auftaucht. Wenn sich jemand den Namen hat rechtlich schützen lassen, als eingetragenes Warenzeichen zum Beispiel, habt Ihr keine Möglichkeit, dem entgegenzuwirken. Ihr könnt Euch nur noch umbenennen. Besteht auf beiden Seiten kein entsprechender Schutz, so sollte man versuchen Kontakt aufzunehmen und die Angelegenheit auf diesem Wege zu klären. Üblicherweise darf derjenige, der den Namen bereits seit längerer Zeit hat (und dies auch belegen kann), ihn auch behalten, insbesondere dann, wenn schon eine offizielle Veröffentlichung vorliegt und die zweite Band erst danach gegründet wurde. Allerdings bietet auch eine gründliche Recherche im Internet keine Gewähr, dass man am Tage der Namensgebung der einzige ist, der sich diesen Namen gewählt hat.

Bandvertrag:

In diesem Zusammenhang sei auch der "Bandvertrag" erwähnt. Auch wenn es vielen schwer fällt, sollte eine Band sich bereits bei Ihrer Entstehung Gedanken über grundsätzliche Vereinbarungen zwischen den Mitgliedern machen. Dies kann durch einen Bandvertrag geschehen. Darin sollten Dinge festgelegt werden wie: der endgültige Name der Band, wer die Band nach außen vertritt, wer die Rechte am Namen hat, wenn die Band sich auflöst, ob Soloprojekte erlaubt sind, wie die Finanzen geregelt werden, wem welche Instrumente gehören usw. Leider werden solche Fragen oft erst dann geklärt, wenn die Band ohnehin vor dem Ende steht und einige Mitglieder vielleicht nicht einmal mehr miteinander reden können oder wollen. Es ist also besser, so einen Vertrag in aller Freundschaft zu Beginn der Bandgeschichte zu schließen.

GEMA:

Oft ist die Rede von "GEMA-freier" Musik. Das bedeutet, dass der Komponist, Texter oder Verleger seine Rechte selbst wahrnimmt und nicht durch die GEMA wahrnehmen lässt. Die betreffende Person ist also nicht Mitglied der GEMA und erhält demzufolge auch keine Tantiemen. Ein zweiter Fall ist Musik, der die erforderliche "Gestaltungshöhe" fehlt und die damit nicht urheberrechtlich geschützt ist. Wer aber Mitglied bei der GEMA ist, sollte beachten, dass er damit Rechte an die GEMA überträgt. Dies bedeutet zum Beispiel, dass ein GEMA-Mitglied auf seiner Homepage keine Stücke zum Herunterladen anbieten darf, ohne dies vorher mit der GEMA vereinbart zu haben (die dann eine Gebühr erhebt).

Eine GEMA-Mitgliedschaft lohnt sich immer dann, wenn die Aussicht besteht, dass durch die Musik dauerhaft Geld erwirtschaftet wird. Dies wäre bei einer Veröffentlichung bei einem größeren Label, bei einer Tournee, Fernsehauftritten und erwarteten Radioeinsätzen der Fall.

GVL:

Die **G**esellschaft zur **V**erwertung von **L**eistungsschutzrechten nimmt die Rechte der ausübenden Künstler wahr. Als Bandmitglied seid Ihr das automatisch. Die GVL befasst sich anders als die GEMA nicht mit der Frage der Urheberschaft, also wer Komponist ist. Auch ist hier die Mitgliedschaft im Gegensatz zur Mitgliedschaft in der

GEMA kostenlos.

Steht zu erwarten, dass Stücke von Euch im Radio gespielt werden und hat Euer Label auch einen LC-Code, dann macht eine GVL-Mitgliedschaft Sinn. Auch wenn Ihr Honorare für das Einspielen von Stücken oder Geld vom Label bekommt, solltet Ihr Mitglied werden, denn nachweisbare finanzielle Einkünfte dieser Art werden von der GVL zusätzlich vergütet.

Näheres erfahrt Ihr auf www.gvl.de.

14. Schlussbemerkungen

Das wichtigste zum Schluss. Alle diese Dinge, die ich bis hierhin beschrieben habe, klingen vielleicht bedrohlich und negativ. Sie sind es aber nur, wenn sie wirklich eintreten und dann auch alle Ratschläge missachtet werden. Sicherlich habe ich die eine oder andere Möglichkeit vergessen, wie etwas noch schiefgehen könnte.

Für den Fall der Fälle seid Ihr nun jedenfalls gewarnt und gewappnet und könnt Euch wieder dem wichtigsten der ganzen Sache zuwenden, der Musik. Wichtig ist, dass Ihr weiterhin Spaß daran habt und Euch diesen auch von niemandem verderben lasst.

Diese Fassung stellt die Endfassung dar und wird nicht mehr aktualisiert. Sollten einige Dinge nicht mehr ganz aktuell erscheinen, so liegt das daran, dass ich bereits 2002 mit diesem Ratgeber begann.

Mein besonderer Dank für die Unterstützung und Mitarbeit geht an Ulrike und Louis Schürmann, Marc Christiansen, Svenja Lindhorst, Sebastian Sollfrank und Leonore Illg.

Checkliste für Auftritte (Anhalt)

1. Instrumente
2. Kabel für die Instrumente (Klinke, XLR, Stromkabel, Midikabel)
3. Adapter (z.B. Cinch auf Klinke usw.)
4. Verlängerungsstecker (für Stromkabel)
5. Klebeband
6. Bindedraht oder Band
7. Einen kleinen Schreibblock
8. Stifte (Kugelschreiber, Bleistift und Textmarker)
9. Taschenlampe (mit frischen Batterien)
10. Plektren für Gitarre/Bass
11. Tonträger für das Playback (DAT, CD, MD, Laptop, mp3-Player)
12. Tonträger (leer) für Mitschnitte
13. Liste der Stücke für den Auftritt (für jeden auf der Bühne eine + eine für den Mischer)
14. Ersatzsaiten und -sticks
15. Keyboard- und Gitarrenständer
16. Vertrag mit Bühnenanweisung
17. CDs u.ä. für den Verkaufsstand
18. Geldkassette mit Wechselgeld
19. Flyer, Karten, Infozettel, Poster
20. Getränke, Snacks, Kaugummi etc.
21. Ggf. Kamera, Fotoapparat und die entsprechenden Speichermedien
22. Schere
23. Taschenmesser
24. Ggf. Videobeamer, Diaprojektor, Licht usw. für Bühnenshow
25. Geeignete Transportbehälter
26. Handtücher
27. Pflaster
28. Kopfschmerztabletten
29. Kopfhörer
30. Stimmgerät für Gitarre/Bass
31. Kleine Werkzeugtasche mit Schraubenziehern (Kreuz und Schlitz) und einer Zange bzw einem Kombiwerkzeug
32. diesen Ratgeber
33. _____
34. _____

Quellen und Literaturhinweise

Ulrich Andryk – Musiker-Recht, Rechtliche und praktische Grundlagen für Musiker, Texter und Komponisten (neu überarbeitete 3. Auflage 1998, AMA Verlag)

Dieses Buch vertieft die rechtlichen Aspekte dieses Ratgebers.

Julia Cameron – Der Weg des Künstlers, Ein spiritueller Pfad zur Aktivierung unserer Kreativität. (Knauer, 2000)

Dieses Buch ist keine Quelle aus der zitiert wurde, sondern vielmehr eine Quelle der Kreativität. Erst durch das Lesen dieses Buches kam es zur Idee, diesen Ratgeber zu verfassen.

Über den Autor

Name: Rüdiger Illg

Referenzen:

- seit 1990 selbst musikalisch tätig
- betreibt zahlreiche eigene Musikprojekte (u.a. Conscience, Chaos network, Science O.C.N., Walzenstuhl)
- veröffentlichte mit seinen Projekten zahlreiche CDs sowie Samplerbeiträge
- war seit 1991 für diverse Bands und Projekte als Produzent, Mischer, Live-Keyboarder, Bassist und Gitarrist tätig
- war tätig als Redakteur bei den Musikzeitschriften "Bodystyler" und "Text und Ton"
- ausgebildeter Webdesigner
- Diplom-Kaufmann
- Diplom-Toningenieur

Kontakt:

E-Mail: ri@science2.de

web: www.science2.de

Conscience: www.conscience-music.de