



VEREIN
GRAUBÜNDEN
MUSIK

«YOU WANNA MAKE IT IN THE ROCK'N'ROLL BUSINESS?»

Dein Musikhandbuch für Graubünden

ermöglicht durch

#gkb2020



Graubündner
Kantonalbank

«YOU WANNA MAKE IT IN THE ROCK'N'ROLL BUSINESS?»

Einer der Urträume von Kindern und jungen Menschen ist es, auf der Bühne zu stehen, bewundert von den Massen. Der Traum der grossen Musikkarriere ist allerdings inzwischen auch in Graubünden der Realität gewichen. Ohne die richtigen Schritte im richtigen Moment hilft alles Talent der Welt nichts, keine Castingshow alleine wird es richten. Dies mussten mehrere Generationen in Graubünden miterleben. Dabei wären alle Informationen für eine Musikkarriere eigentlich frei verfügbar gewesen, oder auch als Wissen bei Fachleuten abrufbar. Wir haben diese Informationen jetzt deshalb gesammelt.

Die Factsheets richten sich an Leute die vorhaben, ernsthaft an moderner Musik zu arbeiten. Wir richten uns explizit an die «Szene» in Graubünden, die bislang bei der Förderung und dem entsprechenden Support unten durch musste: Pop, Urban, Rock, Electronica und Livebands. Natürlich sind diese Factsheets auch sonst für alle spannend, die Musik machen.

Die Unterlagen bieten eine Übersicht über alle Themen vom Ton bis zum Tonträger und vom Unterricht bis ans Mikrofon der Bühne. Sie beschränken sich hierbei auf Fakten und verzichten bewusst auf jede Romantik oder Wunschdenken. Wir verzichten auch weitgehend auf Bemerkungen zu Musik an sich.

Worauf wir aber hoffen ist, einigen Personen in Graubündens Musikwelt endlich ein Tool zur Hand zu geben, sich unvoreingenommen durch den Prozess modernen Musikschaffens zu navigieren und negativen Erlebnissen vorzubeugen.

Gian-Marco Schmid & Sandro Dietrich
Für Verein Graubünden Musik, 2020

INHALT

Komposition & Produktion

Songwriting	4
Im Studio	6
Mix & Mastering	8

Veröffentlichen / Publishing

Digitaler Musikvertrieb	10
Physischer Vertrieb / CDs / Vinyl	12
Eigenvertrieb	14
Weitere Plattformen	16

Promo

Bandmanagement	18
Demotape	20
Foto / Video	22
Die Promotion der Musik	24

Live

Proberäume	26
Terminplanung / Plattentaufe / Gigs	28
Unterricht	30

Musik Plus

Kulturförderung & Crowdfunding	32
SUISA	34
Budgets & Verträge	36
Schlusswort / Credits	38

SONGWRITING

Wie entstehen Lieder? Gute Frage. Wer ein Instrument angeschafft hat, besorgt sich dazu vielleicht Noten. Oder er nimmt einige Lektionen Unterricht. Auf jeden Fall begegnet man unweigerlich dem feinen Zauber der ersten Akkordwechsel, der ersten Melodienbögen oder bekannten Rhythmusmustern. Irgendwelche Vorlieben finden einander und lösen Gefallen aus. Man beginnt herauszufinden, was man selber am liebsten mag, musikalisch gesprochen, und wie man es nachahmt. Wieder und wieder. Diese Glücksmomente können bereits der fließende Übergang zur eigenen Komposition sein. Aber es ist wichtig zu betonen: das Thema steht zwar am Anfang dieser Informationen, aber es ist ein Begleiter über Jahrzehnte und vielleicht eben auch gar nicht so genau erklärbar. Schlussendlich ist Songwriting auch Zauber.

Inspiration

Das, was man «Inspiration» nennt, scheint bereits vorhanden zu sein, wenn man diese Information in den Händen hält. Die Idee «Musik» existiert in uns. Bevor klassische Komponisten die erste Tinte auf ein Blatt setzten, war da keine Musik, kein Inhalt, nichts. Nur Inspiration. Heute kann man sich durch Bücher lesen, Alben hören, in der Natur umsehen oder auch im Gespräch mit anderen Leuten herausfinden, was beschäftigt und wie man es verarbeiten will. Inspiration ist überall wo Leben ist.

Die Idee

Am Anfang des Liedes steht eine Idee, ein Fragment, oder vielleicht sogar ein Leitziel. Die Vision, sich in der Musik eines Themas anzunehmen, braucht eigentlich nur einen Funken in den Zunder und der Brand ist gelegt. Zu jedem Thema - und sei es die in der Musik überpräsenete «Liebe» - finden sich spannende Informationen in der Welt da draussen. Die Idee jedoch, die kommt von Innen.

Tutorials

Kein Meister fällt vom Himmel. Schon gar nicht in der Musik, wo inzwischen jeder Teenager auf dem Schulhof mit seiner Handysoftware irgendwelche Klingeltonmusik komponieren kann. Aber warum kann er das überhaupt? Was die jungen Leute inzwischen verinnerlicht haben und woran auch die älteren Semester erinnert werden müssen: heutzutage findet man auf Youtube mannigfaltige Tutorials zum Songwriting und Musik im Allgemeinen.

Coverversionen

Die Idee, statt eigenen Kompositionen Songs von fremden Urhebern zu spielen ist so alt wie die Instrumente selbst. Coverversionen sind perfekt, um Songwriting zu studieren und herauszufinden, welche Momente in der Musik für einen selbst wichtig sind. Vom Übungsfaktor einmal abgesehen. Aber Achtung: für Covers gelten Regeln, urheberrechtlich. (→ SUIISA)



IM STUDIO

Wer das erste Mal in einem Tonstudio steht und jahrelang davon geträumt hat, eigene Musik zu produzieren, ist von diesem grossen Moment erschlagen. Das Tonstudio ist der Ort, an dem die Träume aller Musikmenschen wahr werden. Diesen Feenstaub gilt es zuerst einmal abzuschütteln, sich die Sache etwas genauer anzusehen. Diese Hinweise sollen bei der Vorbereitung helfen.

Vorbereitung ist alles

Es ist ein Mantra, welches jedes Tonstudio vorbetet: bitte sei gut vorbereitet! Für Berufsmusiker ist das selbstverständlich. Aber auch von Newcomern und zwar von jedem Bandmitglied und bei jedem einzelnen Song darf das erwartet werden. Natürlich gibt es Musikstile, die durch Improvisation oder am Computer entstehen. Aber grundsätzlich kostet ein professionelles Studio Geld und jede Stunde Üben hilft dem Zeitbudget. Es kann sein, dass man gewisse Teile eines Liedes oder ein Lied gut und gerne 20 bis 50 Mal wiederholt, je nach Studio, Produktion und Instrumentierung. Dafür ist die Zeit da. Nicht zum Üben und auch nicht zum Plausch.

Was kostet eine Studiosession?

Für erste Gehversuche im Studiosetting hilft der alte Schulfreund sicher gerne umsonst aus, in seinem Heimstudio. Oder man probelt im Übungsraum selber. Die Unterschiede zwischen semi-professionellen Aufnahmen und einem state-of-the-art Tonstudio sind allerdings gewaltig. Kosten für Aufnahmen bewegen sich vom verhandelten Freundschaftspreis bis zu 200.— CHF pro Stunde, je nach Studio. Zusätzlich kosten aber auch Aufnahmeleitung sowie alles andere Personal, das vor Ort gebraucht wird. Vor einer Buchung immer zuerst eine Offerte verlangen. Es gilt: je mehr Musiker und Instrumente, desto länger dauern die Aufnahmen, desto höher fallen die Kosten aus.

(→ Budget)

Studios vergleichen

Was bietet ein Studio nebst den Aufnahmen? Es lohnt sich, die Referenzprodukte eines Studios zu inspizieren. Ein Studio kann riesig sein, ausgestattet mit dem neusten Computer und einem Regal voller exquisiter Effektgeräte. Nur heisst das noch lange nicht, dass der dazugehörige Ingenieur auch vorne mitmischt. Wirklich überprüfbar sind nur fertige Aufnahmen, die aus dem Studio stammen und auch dort finalisiert wurden.

Wer macht was?

Im Studio gibt es verschiedene Aufgaben, die oft auch zusammen angeboten werden. So kann man am selben Ort aufnehmen, mischen und abschliessend mastern wenn man das will. Allerdings ist es genauso üblich, jeden Schritt bei entsprechenden Spezialisten separat zu gehen. Wir empfehlen auch hier Referenzmaterial zu vergleichen. Beim Mastering existieren zudem Online-Plattformen zum Tiefpreis, die zumindest in gewissen Stilen und für Freizeitaufnahmen absolut ausreichen.

(→ Mix & Mastering)



MIX & MASTERING

Die Aufnahmen im Studio sind beendet? Dann beginnt jetzt die Feinarbeit. Die beiden Arbeitsschritte «Mix» und «Mastering» sind zwar nicht für jedes Projekt zwingend notwendig. Aber wer sich erhofft, im Radio zu laufen oder von den Musikredaktionen und Blogs ernst genommen zu werden, tut gut daran, Profis ans Werk zu lassen. Sie sorgen dafür, dass das aufgenommene Material akustisch den Standards entspricht und so wettbewerbsfähig und hörbar wird.

Der Mix: der Weg zum sauberen Klangbild

Jeder Ton hat seinen Platz, jeder Sound hat sein Spektrum. Während des Mixingvorganges kommt das Gerät zum Zug, welches sinnbildlich für alle Tonstudios der Welt steht: das Mischpult. An den Reglern zu einzelnen Spuren und Kanälen wird ein Verhältnis zwischen den Klängen hergestellt. So bekommt jedes Instrument, jede Stimme und jeder Effekt seinen passenden Platz. Nebst dem Ziel der Hörbarkeit kann der Mix auch Präferenzen der Musiker abbilden. Stimme zu leise? Hoch mit dem Fader! Je nach Musikstil sind Mixes fundamental unterschiedlich. Eine Rap-Schallplatte strotzt nur so vor Bässen und Geknarze, während bei einer klassischen Orchesteraufnahme auf CD die absolute Reinheit der Klänge im Mix angestrebt wird.

Es lohnt sich auf jeden Fall, bei den Lieblingsalben herauszulesen, wer sie abgemischt hat. Denn diese Leute machen das beruflich und freuen sich über Anfragen. Mehr als eine Absage gibt es auch vom Profi nicht.

DIGITALER MUSIKVERTRIEB

Sobald du deine Songs in den angeforderten Formaten in deinen Händen hältst, kannst du die Veröffentlichung der Musik in Angriff nehmen. Eventuell entscheidest du dich hier für den direkten Weg und stellst die Lieder über die Plattform «Soundcloud» oder direkt über deinen Youtube Account umsonst zur Verfügung. Falls du jedoch Geld für deine Musik einnehmen willst, wirst du einen digitalen Vertrieb wie iMusician oder iGroove benötigen. Einige dieser Dienstleistungen sind für alle zugänglich, andere jedoch nicht. Hier ist also nicht unbedingt die Auswahl das Problem, sondern eher der Anspruch der Vertriebe. Die Vertriebe regeln die Verteilung deiner Musik an die Webshops und auch die Abrechnungen aus deinen Verkäufen und Streams auf digitalen Plattformen.

Woher kommen die Files?

In der Regel wird dir das zuständige Tonstudio nach dem Mastering deine fertigen Lieder in verschiedenen Formaten anliefern. Für den digitalen Vertrieb benötigst du .wav Files für den Upload. Fürs Artwork wird nur das Cover benötigt. Die meisten Digitalvertriebe setzen auf Eigenverantwortung, aber werden dir sicher Hilfe anbieten bei Problemen mit den Daten.

Was passiert dann?

Die Files werden ordentlich verwaltet und an die ausgewählten Plattformen verteilt, sobald sie überprüft wurden. Bei der Überprüfung geht es vor allem um qualitative Aspekte beim Sound (Mix, Mastering). Allerdings können auch andere Faktoren eine Rolle spielen: grenzwertige Texte, blutrünstiges Artwork oder sogar das unfreundliche Verhalten des Musikers haben wir schon als nachträglichen Absagegrund für den Vertrieb erlebt. Am Stichtag werden die Songs / Files auf den Plattformen freigeschaltet. Für Streaming und Verkauf kann man bei Bedarf sogar verschiedene Releasedaten festlegen.

Taucht das Werk am Stichtag NICHT auf den Plattformen auf, hilft ein Rückruf beim Vertrieb. Auch dort können Fehler passieren.

Abrechnungen

Streams und Downloads werden von den Vertrieben teilweise in Echtzeit vergütet. Das heisst du kannst eigentlich jederzeit auf deine Einnahmen zugreifen. Es gilt allerdings zu beachten, dass einige Millionen Streams anstehen, bevor man von ernsthaften Beträgen sprechen kann, die fließen. Eine Million Streams bei Spotify entspricht etwa 3'000.- CHF Umsatz. Diese müssen dann allerdings noch verteilt werden zwischen Vertrieben, allenfalls Label/ Management und Künstler.



PHYSISCHER VERTRIEB / CDS / VINYL

Wer seine Musik im wertigen Gewand einer CD oder sogar Vinylscheibe präsentieren möchte, kann diese Produkte direkt bei verschiedenen Herstellern und Presswerken in Europa produzieren lassen. Damit die CD oder das Vinyl aber im Laden steht, braucht es ebenfalls einen Vertrieb. Diesen findet man online unter dem Suchbegriff «Musikvertriebe» oder «Distributors». Für einzelne Künstler ist die Suche und auch das Handling mit einem grossen Vertrieb kaum mehr zeitgemäss, weshalb die meisten Einzelkünstler im Eigenvertrieb ihre Tonträger sowohl an Kunden als auch Händler verschicken. Der Vertrieb physischer Tonträger ist vor allem dann wichtig, wenn man in die Hitparade möchte oder wenn man auch national und international in Läden stehen möchte. Zweiteres betrifft allerdings nur noch Vinyl, der CD-Markt ist am Verschwinden und CDs gelten nur noch als Beigabe. Wichtig ist: wer physische Tonträger herstellt, bezahlt dafür auch Abgaben für die mechanischen Rechte bei der SUISA. Gegenwert etwa 2.– CHF pro Tonträger. Vertriebe bieten allenfalls auch an, die Tonträger gegen einen entsprechenden Prozentbetrag des Auftrags auch gleich herzustellen. Die meisten arbeiten direkt mit Presswerken zusammen.



EIGENVERTRIEB

Zu Beginn einer Lebensphase als Musikact öffnen sich die Türen der Musikindustrie nur schwer. Eigeninitiative ist gefragt. Dasselbe Phänomen tritt aber auch in der Gruppe der arrivierten, gestandenen Künstlerinnen und Künstler auf. Grund dort ist, dass man durchaus weiss, wie eine Platte zu entstehen hat, aber nicht gewillt ist, die Werke finanziell mit Labels, Vertrieben oder Managern zu splitten.

Wie vorgehen?

Der Weg zum Eigenvertrieb ist denkbar einfach aber auch etwas zeitaufwändig. Ab dem Zeitpunkt der Studioaufnahmen muss/darf man in diesem Szenario weiter alles selber organisieren. Zuerst regelt man also die Produktion, dann die nötige Pressung und schliesslich auch noch den Vertrieb, also Versand. Dafür hat man allerdings alles selber in der Hand und vor allem finanzielle Eigenverantwortung.

Das Recht am Master

Ein wesentlicher Vorteil, weshalb Musikschaaffende mit eigenen Werken lieber selber ihre Musik veröffentlichen, ist das Recht am Master. Dies bedeutet, dass die fertigen Lieder dem Urheber gehören. In einem Szenario mit Vertrieb, Verlag oder Label ist dies anders. Dort hat jeder das Recht, mit den Songs zu wirtschaften, denn sie gehören auch allen. Etablierte Bands kaufen sich manchmal ihre alten Masterbänder zurück von den Labels, um die Kontrolle wieder zu erlangen.

WEITERE PLATTFORMEN

Zum Beginn einer Musikkarriere muss man einige Schritte unternehmen, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Die ersten Werke sollten deshalb möglichst vielen Leuten zugänglich gemacht werden. Hierbei gibt es einige Tricks, um mehr Hörer zu erreichen. Wir beschränken uns hier aber auf die offensichtlichsten Plattformen.

Bandcamp

Bandcamp bietet Musikacts die Möglichkeit, ihre Werke online UND physisch, sowie weitere Bandprodukte direkt an Fans zu verkaufen. Bezahlt wird online, Bandcamp nimmt Prozente. War die Plattform bislang in der Schweiz eher Nische, so hat sie sich Dank vehementem Einsatz für die Künstler selbst (u.a. Verzicht auf Prozente während Corona) einen sehr guten Ruf aufgebaut. Spannend ist auch der Ansatz, dass die Fans den zu zahlenden Betrag selber beliebig nach oben schrauben können.

Soundcloud

Youtube nur für Sound. Soundcloud ist eine Mischung aus «Openmic-Night» und Labor. Jeder kann sich registrieren, alles ist umsonst. Kontrolle gibt es nicht und die Hörer auf der Plattform sind willig, immer dem neusten Trend hinterher zu klicken. Der endlose Stream an Promotionsmusik und ganzen Sendungen wird von den Fans als Radioersatz gehört. Mit den richtigen Kategorisierungen erreicht Musik hier Fans um den Globus. Und zwar auch mit Demos, Remixes, Snippets oder Podcasts.

Youtube

«Umsonst» ist hier zwar nichts, aber dafür billig. Wer einen Youtube Kanal besitzt, kann seine Videoclips direkt hochladen (und monetarisieren). Youtube ist die grösste Plattform ihrer Art und somit Platzhirsch. Was Musik betrifft muss man hier allerdings festhalten, dass Youtube von allen Anbietern am absolut schlechtesten auszahlt. Wer seine Werke hier anbietet (und evtl. nicht monetarisiert), muss in Kauf nehmen, dass er dafür keinen Rappen bekommt und dennoch endlos Kohle für Youtube schaufelt. Achtung, wichtig: KEINE nicht geklärten Coversongs hochladen, sonst drohen im dümmsten Fall Sperrungen und Verfahren durch die Urheber. Auch das ist Youtube: musikunfreundlich.

Mx3

Mx3.ch ist eine Musikplattform von SRF3, Virus, Couleur3, Rete3 und Radio Rumantsch. Hier haben Musikerinnen und Musiker die Möglichkeit ihre Musik den fünf Radioredaktionen und dem Rest der Welt vorzustellen. Weiter können Fans, Veranstalter und Labels sich hier eintragen und auf die Suche gehen nach helvetischem Schaffen.

BANDMANAGEMENT

Es gibt kaum noch herkömmliche Plattenfirmen, Labels oder Musikmanager. Schon gar nicht in Graubünden. Trotzdem warten auch heute noch diverse Bands im Kanton darauf «entdeckt zu werden». Dies wird höchstwahrscheinlich nie passieren. Allerdings ist es auch gar nicht nötig. Selbstmanagement ist nicht nur ein Plan B sondern eigentlich ganzheitlich betrachtet der bessere Plan A. Denn was haben die sehr erfolgreichen Breitbild, Kapelle Oberalp, 77 Bombay Street und Martina Berther gemeinsam? Genau: sie managen sich selbst. Zum Beginn einer Musikkarriere muss man einige Schritte unternehmen, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Die ersten Werke sollten deshalb möglichst vielen Leuten zugänglich gemacht werden. Hierbei gibt es einige Tricks, um mehr Hörer zu erreichen. Wir beschränken uns hier aber auf die offensichtlichsten Plattformen.

Was macht ein Bandmanagement?

Eine Newcomerband muss sich zuerst einmal finden, Lieder schreiben, Proben durchführen, die Personalien klären, einen Namen finden. Bis hier ist alles kreativ in der Hand der Band. Ab dann wird es komplizierter: Songs aufnehmen, SUISA, erste Auftritte organisieren, einen eigenen Event planen, selber eine Platte pressen lassen, einen Videoclip mit einem Regisseur konzipieren, Übungsraum zügeln, neuen Schlagzeuger suchen, Logos mit einer Grafikerin designen... alle diese Schritte übernehme in einer perfekten Musiktraumwelt die ominöse, riesige Plattenfirma, so stellt man es sich vor. Oder jemand in der Band könnte das machen - wäre das nicht besser? Ja, wäre es. Vor allem wäre es effizienter. Niemand kennt die Band besser als die Band selber.

Musik-Knigge

In der Musikwelt geht es etwas laxer zu und her als in anderen Branchen. Trotzdem ist das Business voll mit Profis, die alle ständig etwas wollen. Dieser Druck entlädt sich bisweilen in missglückter Kommunikation und wird oft genährt durch uralte Verhaltensmythen, die für Unmut sorgen können. Auch wenn man also hochmotiviert zu Werke geht und wirklich jeden wichtigen Kontakt den man in die Finger bekommt auch ausbauen will, kann das bereits einige Türen wieder schliessen. Kein Mensch mag es, wenn die Newcomerband wegen jeder ihrer Singles mehrmals ein Mail schickt und dann auch noch anruft. Schon gar nicht, wenn ein Act auch noch für sich beansprucht, gespielt oder gebucht zu werden. Manchmal ist Abstand besser zu akzeptieren. Auch wird es wenig bringen, wegen einer bösen Kritik gleich alle Schellen im Stall zu schlagen und Dorfvolteln anzuzetteln. Es ist noch nicht einmal ratsam, irgendwelche Prozesse öffentlich im Namen einer Band anzuzweifeln. Besser man lässt die Musik für sich sprechen.

Minimallösung?

Wem das ganze Spiel mit Redaktionen, Kritikern, Veranstaltern und Dienstleistern zu viel ist, kann sich ohne Probleme hinter einer Website und einem E-Mail Kontakt verstecken. Mindestens kontaktierbar sollte man schon sein.

Für Bands mit etwas Erfahrung aber anderen Prioritäten bieten wir beim VGM übrigens Lösungen in diesem Bereich. Gerne helfen wir bei einem persönlichen Gespräch weiter mit einer Situationsanalyse.



DEMOTAPE

Das weltberühmte Demotape! Es existiert eigentlich nicht mehr. Früher waren es tatsächlich Audio-Kassetten, die an Plattenfirmen, Medien und Veranstaltungsorte verschickt wurden. Heute sind es meistens digitale Sendungen. Dies hat das Spiel verändert.

Für was ein Demotape?

Du willst eigentlich nur ein «Demo» produzieren? Sehr gut! Für was genau brauchst du es? Wenn du deinen Freunden deine ersten Versuche zeigen willst, reicht dein Handy völlig aus. Willst du aber Konzerte an Land ziehen und dich den Medien vorstellen? Dann empfiehlt es sich, auch für deine Demo-Aufnahme einen Profi beizuziehen. In lokalen Musikstudios kannst du anfragen für eine Demo-Aufnahme oder mit ihnen direkt ein Demo für deine spezifischen Zwecke konzipieren. Aber Achtung: Studios sind in der Regel keine Horte des Benefiz: es wird dich etwas kosten. Wir können dir in einem Gespräch auch gerne erklären wie du vorgehen kannst und wo du das passende Studio findest.

Demo verteilen

Hier spalten sich die Strategien und es wäre erfahrungsgemäss vermessen, eine Variante zu empfehlen. Entweder also schickt man das Demo sorgfältig dokumentiert und ansprechend an jene Personen, von denen man weiss, dass sie Interesse haben könnten. Oder aber man verteilt flächendeckend, in Massen, immer wieder. Auch wenn zweiteres etwas sehr viel Streuverlust bedeutet, so haben wir doch auch schon erlebt, dass diese Demos dann doch irgendwann angehört wurden.

FOTO / VIDEO

Die Musik steht immer im Vordergrund. Sobald euch jemand etwas anderes erzählt im Musikbusiness solltet ihr hellhörig werden. Fakt ist allerdings, dass die Entscheidung, einen Künstler zu beobachten oder ihm sogar als «Fan» oder «Follower» Teile des eigenen Netzwerkes zu schenken, auch mit visuellen Medien verbunden ist. Die Beatles wären ohne Bilder nie entdeckt worden - auch wenn ihre Musik absolut für sich selbst spricht. Ein minimaler visueller Auftritt kann also schon helfen.

Foto

Das Bandfoto sollte folgendes beinhalten: alle Personen, die in der Band sind, wenig Logos, keine Schrift, neutraler Hintergrund (für Zeitungen etc). Wenn es auch noch die Musik der Band spiegeln kann, ist das Foto nützlich für Presse. Zwischen witzig bis künstlerisch ist alles immer erlaubt. Gerade zu Beginn empfiehlt es sich, auch visuell dem Image der eigenen Band gerecht zu werden. Heavy Metal Bands in Trachten sind genauso absurd wie die x-te Rap Gruppe vor einem Graffiti.

Wer mit dem Gedanken spielt, Profis für die Fotografie zu engagieren, sollte darauf achten, dass diese Person auch schon Musik/ Bands abgelichtet hat. Sonst findet man sich plötzlich in einem Ambiente für Zahnbürstenköpfe wieder, ohne es zu wollen. Budgets für vernünftige Fotos bewegen sich bei erfahrenen Fotostudios ab 300.- CHF aufwärts bis ins Unendliche.

Video

Beim Video geht die Schere tatsächlich sehr weit auseinander. Es wurde hier im Kanton schon ein Musikvideoclip produziert oder besser gesagt in Auftrag gegeben, der ein sechsstelliges Projektbudget aufwies. Dort trafen allerdings mehrere potente Interessensgruppen aufeinander: ein grosser Sponsor, eine Band und das Amt für Tourismus. Eine Ausnahme. Aber auch bekannte Clips wie «Superschwizzer» von Gimma oder die Anime-Version von 77 Bombay Streets «Up in the sky» haben garantiert ein paar Autos gekostet.

Auf der Gegenseite gibt es sehr viele Bündner Clips die aus einem bescheidenen Budget tolle Ideen herausgekitzelt haben. Auch Lyric-Videos, animierte Grafiken oder sonstig künstlerisch umgesetzte Varianten wurden schon publiziert. Das Budget ist sicher nicht entscheidend, aber der Schritt zum cineastischen Sehvergnügen ist dann doch mit Geld für Fachleute verbunden, welche wiederum ihr Netzwerk in die Veröffentlichung einbringen.

Selber machen ist immer eine Option, aber realistisch betrachtet wird ein Amateurclip einer Newcomerband selten über 2'000 Klicks auf Youtube sammeln im ersten Jahr. Dieser Unterschied spiegelt sich in der Regel 1:1 im Budget der entsprechenden Videos.



DIE PROMOTION DER MUSIK

Als «Promo» bezeichnet man die Promotions-, also Werbe-Efforts von Acts. Einige der Punkte der Promo an sich überschneiden sich mit anderen Themen unseres Verzeichnisses. Wir fassen sie hier aber nochmals zusammen.

Budget für Promo

Im Promobudget wird zuallererst der finanzielle Rahmen für Aktivitäten festgelegt. Steht hier im Budget eine fette 0, ist ab hier eure gesamte Manpower on- und offline gefragt, denn mehr steht euch offiziell nicht zur Verfügung. Kosten für einzelne Werbemassnahmen unterscheiden sich und sind zudem auch noch skalierbar und national ausweitbar. Je mehr Geld, desto mehr Werbung.

Strategie

Wen sprecht ihr mit eurem Musikprojekt an? Primär Freunde? Alle Musikbegeisterten des Kantons? Reggaefans aus der Surselva? Ihr müsst auf jeden Fall wissen, wo ihr stattfinden wollt. Für Bands mit etwas Zugkraft aus einem Tal hilft sicher sowohl on- als offline immer auch ein Blick Richtung Kantonshauptstadt zur Veröffentlichung hin. Plattentaufen kann man sehr gut auch an zwei Orten feiern, sofern man einen genug grossen Freundeskreis hat als Musikact.



PROBERÄUME

Proberräume: ein seltenes Gut. Nicht wenige Musikerinnen und Musiker mussten zu lange in der heimischen Wohnung ihre Übungsstunden abhalten. Eltern und Nachbarn kennen das Problem: so sehr man auch das Talent heraufbeschwören möchte, so unendlich schwierig ist es die Geduld aufzubringen, all die schiefen Töne auf der Trompete bis zum Leistungsniveau auszuhalten. Deshalb brauchen Musiker Orte zum Proben und Lernen.

Wofür einen Übungsraum?

Übungsräume braucht man, um ein Instrument entspannt bei ordentlicher Lautstärke spielen zu können. Alleine, in Gruppen oder im Orchester. Die einen proben in Konzertsälen, die anderen beziehen irgendwann einen Luftschutzbunker der Bürgergemeinde. Wieder andere werden so kreativ und mieten sich abgelegene Wohnungen. Oder proben nur noch in Urlaubssituationen. Viele Wege führen nach Rom.

Wie finde ich einen Übungsraum?

Die lokale Kulturbehörde kennt sicher einige Räume, die mindestens Wartelisten haben. Glücklicher, wer privat eine Räumlichkeit findet. Kosten für einen Übungsraum bewegen sich zwischen grösszügigen Vermietern und Nullkosten bis zur tiefen Wohnungsmiete. Je mehr Leute an einem Projekt beteiligt sind, desto besser lassen sich die Kosten verteilen. Viele Bands vergeben ihre Räume übrigens auch tageweise weiter für einen kleinen Obulus.

TERMINPLANUNG / PLATTENTAUFEN / GIGS

Die Musik ist im Kasten, der Veröffentlichungstermin steht. Jetzt gilt es, das Werk auch auf der Bühne zu präsentieren. Eine Plattentaufe muss her. Zudem wäre es sicher toll, ein paar Gigs zu spielen. Aber wie kommt man zu diesen?

Termine

Bevor man sich um Events kümmert, sollte man dringend alle Arbeitsschritte einer Veröffentlichung miteinander abgleichen. Folgende Termine müssen bei einem Release miteinander koordiniert werden:

- Studioaufnahmen (Deadline)
- Mix / Mastering / Grafik / Foto (Deadline)
- Herstellung CD (ca. 4 Wochen)
- Herstellung Vinyl (ca. 12 Wochen)
- Videodrehs
- Presseaktivitäten
- Veröffentlichungsdatum
- Plattentaufe
- Konzerte vor und nach der Plattentaufe

Plattentaufe

Ein so grosses Ereignis wie ein gemeinsamer Tonträger will gefeiert werden. Deshalb empfiehlt es sich, schon während der Aufnahmen des ersten Werks langsam eine Taufe ins Auge zu fassen. Da ein solcher Anlass in der Regel auch viele Freunde und Angehörige mobilisiert, sind die meisten Venues ihnen gegenüber aufgeschlossen, solange die Musik zum Laden passt.

Nebst dem Verkauf der Tonträger und des Merchandisings können an solchen Abenden auch teilweise die Eintrittsgelder oder sogar die Bareinnahmen in die Bandkasse fliessen je nachdem wie viel man selber organisieren kann und will, bieten sich hier Optionen aller Art.

Wichtiger Tipp: die Plattentaufe wirklich erst planen, wenn die Musik im Vertrieb ist. Sonst riskiert man, dass die Platte gar nicht im Haus ist, wenn sie gefeiert werden soll.

Gigs / Konzerte

Abgesehen von der Plattentaufe wäre es natürlich auch spannend, weitere Konzerte zu spielen. Hier gilt es klar festzuhalten: mit gutem Handwerk ist das einfacher. Gute Musik will immer gehört werden und Veranstalter merken sehr schnell, ob eine Band passt oder Qualitäten für einen Anlass hat. Wer keine Bookingagentur im Rücken hat und auf eigene Faust Gigs buchen will, sollte sich vorher einige Dinge klar machen: selbständige Bewerbungen an grosse Openairs, Venues über 300 Kapazität oder als Vorgruppe bekannter Acts sind absolut aussichtslos für Newcomer und Bands ohne nennbare Erfolge oder ein etabliertes Manage-



UNTERRICHT

Graubünden blickt auf eine wunderbar tiefe Vergangenheit als Musikspiel- und Chorkanton. Auch Volksmusik steht hier auf einem gesunden Fundament. Eine schöne Nebenwirkung dieser anhaltenden Musikeuphorie ist ein breites Netzwerk an Musikschulen, Musikspielen (Orchester) und privater Musiklehrer / innen.

Wann mit Musikunterricht beginnen?

Bereits im Kindesalter ist es theoretisch möglich, in den Musikunterricht einzusteigen. Ob in der Familie als Teil der traditionellen Hausmusik oder im Privatunterricht an beispielsweise Klavier oder Gitarre. Wer nach einer Möglichkeit zum auserschulischen Unterricht sucht, wird in fast jedem Tal fündig. In Orten mit Musikhäusern (Chur, Ilanz, Davos, St. Moritz oder Landquart zum Beispiel) finden sich in der Regel auch Unterrichtsgruppen oder Workshops für Einsteiger jeden Alters.

Privatunterricht und Musikschule

An Musikschulen kann in Formationen oder einzeln Unterricht genommen werden, von Chormusik bis zum klassischen Instrument. Dieser Einstiegsweg empfiehlt sich auch für junge Leute, die das Ziel einer Meisterschaft an einem Instrument oder der Stimme haben. Während im privaten Unterricht vielfach Ausgleich und individuelle Musikpräferenzen im Fokus stehen, geht der Weg über die Musikschulen mit dem Schwerpunkt Handwerk einher. Die Kosten für eine solche «Musikausbildung» können variieren. Privater Unterricht ist teurer. Instrumente können teilweise gemietet oder geleased werden, sind in einigen Fällen aber auch doppelt notwendig oder müssen je nach Raritätsgrad auch gekauft werden. Einige Musikschulen und Musikhäuser bieten Rabatte für sozial schwächer gestellte Schüler / innen.



KULTURFÖRDERUNG & CROWDFUNDING

Wer sein Musikprojekt einen Schritt auf der Leiter voranbringen will, wird irgendwann Projekte, eine Tour oder einen Tonträger planen. Was viele nicht wissen: solche Projekte werden von Gemeinden und Kanton finanziell unterstützt. Es gibt zudem einen Weg, Musikprojekte vorab zu finanzieren mittels Crowdfunding.

Kanton und Gemeinden / Geldgeber

Wer sein Budget und seinen Projektbeschrieb zusammenstellt, sollte unbedingt daran denken, sein Projekt mindestens 3 Monate im Voraus bei Gemeinde und Kanton anzumelden. Infos zur kantonalen Kulturförderung findet man auf der Website vom Amt für Kultur Graubünden. Ebenfalls dort sind Verzeichnisse zu Stiftungen zu finden. Wichtig ist zudem zu wissen, dass man das Gesuch beim Kanton auch bei der zuständigen Gemeinde einreichen kann. Mit etwas Einsatz findet man auch noch weitere potenzielle Geldgeber im Netz. Ein wichtiger Förderer der lokalen Kultur ist auch die Graubündner Kantonalbank. Zudem gibt es auch Wettbewerbe für Kulturschaffen beim Kanton.

SUISA

Ob als Veranstalter / in oder Musiker / in: um die SUISA kommt man nicht herum. Spätestens wenn die erste Platte ins Presswerk soll oder man als Band einen eigenen Konzertabend organisiert: die SUISA wird ihren Tribut verlangen. Wichtig ist: wenn man weiss wie, ist es kaum Aufwand. Der VGM bietet deshalb zum Thema Workshops und Dienstleistungen an.

Urheberrecht

Dieser Punkt beginnt schon vor den Aufnahmen der Musik. Wer in der Schweiz Musik professionell veröffentlicht, muss diese auch urheberrechtlich korrekt anmelden. Es handelt sich nämlich um geistiges Eigentum. Was bedeutet dies konkret? Jedes Lied wird für die SUISA auf einem Formular erfasst und dort wird aufgeteilt, wer für den Song verantwortlich ist. Wer hat die Melodie komponiert? Von wem stammt der Text? Wer war alles in die Veredelung integriert und soll genannt werden? Wer ein Album produzieren lässt (CD, Vinyl etc) MUSS eine SUISA Freigabe für das Presswerk liefern. Wer schliesslich auch von den Ausschüttungen der SUISA für Ausstrahlungen und Konzerte profitieren will, muss sich sowieso bei der SUISA vertraglich anmelden als Mitglied. Wichtig: wenn Coversongs Teil des zu veröffentlichenden Projekts sind, wird es ab hier kompliziert und auch rechtlich relevant. Wir empfehlen in jedem Fall eine Beratung um nicht plötzlich hohe Rechnungen und Abmahnungen im Briefkasten zu finden.

SUISA online

Die SUISA selbst bietet auf ihrer Website alle relevanten Formulare zum Ausdruck. Wer bei der SUISA angemeldet ist, kann seine Angaben auch online erfassen. Dafür bekommt man einen Login.

Einnahmen durch die SUISA als Musiker und Urheber

Für jeden angemeldeten Song, an dem man mitgearbeitet hat, werden Einnahmen durch die SUISA an die Urheber ausgeschüttet. Dies betrifft Ausstrahlungen am Radio, TV und neuerdings teilweise auch Live-Streams, je nach Situation. Medienanstalten zahlen für die Ausstrahlung von Musik Geld an die SUISA. Zudem liefern sie die sogenannten «Playlists», damit die SUISA genau sieht, wann und wo welche Songs liefen. Die zweite Einnahmequelle sind die mechanischen Rechte bei einer Pressung. Ist diese allerdings im Eigenverlag, bezahlt man quasi an sich selber (es existieren für dies Verzichtsoptionen: wer sparen will oder muss, kann sich bei der SUISA direkt informieren.). Die dritte und in der Regel grösste Einnahmequelle für Live-Bands sind die Tantiemen aus Live-Gigs. Dort übergibt man dem Veranstalter eine Setlist. Der Veranstalter wiederum gibt einen Anteil der Tickets an die SUISA ab (zwischen unter 100.– CHF im Minimum bei normalen Veranstaltungen bis zu 20 % der Einnahmen bei Konzerten). Diese verteilt diese Einnahmen proportional an die Urheber der Veranstaltungsmusik.

Einnahmen durch die SUISA sind zu Beginn der Musiklaufbahn tief bis inexistent. Zudem dauert es zwischen einem halben und ganzen Jahr, bis alles sauber abgerechnet ist und aus-

BUDGETS & VERTRÄGE

Budgets und Verträge sind Teil der Musikrealität. Genau so wie jedes professionelle Musikprojekt unweigerlich mit Ausgaben und Einnahmen verbunden ist, so empfiehlt sich auch für jeden wichtigen Geschäftsabschluss ein Vertrag.

Budget

Wer sein Projekt für die Kulturförderung und Sponsoring empfehlen möchte, muss ein Budget beilegen. Dieses soll die realistische Übersicht für euer kommendes Projekt abbilden. Darin sollen alle geplanten Ausgaben aufgelistet sein und die Einnahmen prognostiziert werden. Nach diesen Angaben wird ein Förderbeitrag gesprochen. Wichtig sind Budgets aber auch für Musikabende, die man selber ausrichtet. Es gilt SUIZA Abgaben zu beachten, Besucherzahlen abzuschätzen und so eine Situation zu gestalten, die optimalerweise Gewinn abwirft aber schlimmstenfalls nicht dramatisch fürs Portemonnaie wird. Etwas muss nämlich zu Einnahmen durch Musik gesagt werden: die Erwartungen liegen hier generell zu hoch bei Anfängern und Amateuren.

Aber es gibt noch andere Budgets in der Musik: die Promo der Musik hat meistens einen eigenen, weiter aufgeschlüsselten Bereich, wo die Aktivitäten finanziell unterschiedlich gewichtet werden.

Wer schliesslich auch noch eigene Videos drehen will, landet dann noch abschliessend bei den Filmbudgets.

Verträge

Spätestens wenn Plattenfirmen interessiert sind, kommt man um einen Vertrag nicht mehr umhin. Der Künstlervertrag ist derjenige, welcher immer auf den Fotos in der Presse unterzeichnet wird, wenn eine Band wie ein Fussballer den Verein wechselt. Der kleinere Bruder, der Bandübernahmevertrag, kommt auch heute noch zum Einsatz bei Vertrieben und Labels. Generell gilt: es lohnt sich einen Vertrag immer einem Juristen zu zeigen. Die Majorverträge sind hinlänglich bekannt, es sind allerdings die kleinen Plattenfirmen, die teilweise absurde Forderungen in ihren Verträgen stehen haben oder sogar auf Abzocke aus sind.

Die SUIZA bietet übrigens einen Rechtsdienst mit Gratisanwälten für genau solche Prüfungen. Man muss allerdings Mitglied sein.

Der bekannteste sonstige Musikvertrag dürfte übrigens der Bookingvertrag sein. International sogar. Hier empfehlen wir bei einem beruflichen Grenzübertritt unbedingt alle Verträge bei der SUIZA gegen zu besprechen.

Beispiele Budget und Vertrag

Wir haben uns aus geschäftlichen und juristischen Gründen gegen die Abgaben von Beispielen entschieden. Wir empfehlen jedem Musiker und jeder Musikerin in der Region sowohl Budgeterstellung als auch Vertragsprozesse immer von Fachleuten mit Musikbezug begleiten zu lassen.

SCHLUSSWORT / CREDITS

Die vorliegenden «Factsheets» sind die gebündelten Fakten über die Musikwelt, welche den Bündnern bislang in schriftlicher Form verwehrt blieben. Sehr viel vom «Hören-Sagen» übermitteltes Wissen hat über die Jahre dazu geführt, dass jungen Bands oft unzureichende und gar grundfalsche Hilfestellung geboten wird. Unser Ziel wird sein, dies in den nächsten Jahren mit Hilfe unseres Partners Graubündner Kantonalbank und neuen Auflagen dieser Factsheets und der dazugehörenden Workshops langfristig zu ändern.

Workshops

Wer sein Wissen ab hier vertiefen oder erweitern will, oder mit einer Fachperson den Austausch suchen möchte, hat diese Möglichkeit. Der Verein Graubünden Musik bietet ab 2021 diverse Workshops zu den hier angesprochenen Themen an, wo Interessierte am eigenen Beispiel arbeiten können.

Angebote

- Songwriting & Lyrics Workshops
- SUIA Workshops
- Social Media Workshops
- Spotify, Apple, Bandcamp etc...
- Budget Workshops
- Individuelle Bandworkshops mit einem unserer Mitarbeiter

Kontakt

Verein Graubünden Musik
Herrengasse 8
CH-7000 Chur
Schweiz
buero@graubuendenmusik.ch

Alle Rechte 2020 – 2021
Verein Graubünden Musik
Text: Gian-Marco Schmid
Grafik: 0813 Grafik
Herausgeber: Sandro Dietrich
#gkb2020

«LET'S ROCK THE WORLD TOGETHER.»

Musik fasziniert und verbindet Menschen generations-, sprach- und kulturübergreifend auf der ganzen Welt. Lieblingsmenschen und -momente haben ihren Soundtrack in unseren Erinnerungen. Musik kann begeistern, berühren, zum Träumen einladen, in Staunen versetzen, aber auch Trost spenden, Mut machen, sogar helfen, mit Herausforderungen im Leben klarzukommen. Für viele von uns ist sie Energiequelle und Ventil zugleich, für einige von uns Berufung. Und sie hat etwas Magisches: Wenn sie gut ist, führt sie – unabhängig von Stil und Lautstärke – zu echten «Magic Moments». Ich meine jene «Hühnerhautmomente», die wir einmal erlebt nie vergessen; unabhängig davon, ob wir jetzt Musik miterleben oder selbst machen. Musik bereichert unser Leben. Und in Graubünden haben wir einiges zu bieten und noch mehr zu entdecken, sind wir überzeugt.

Wir haben den unabhängigen Verein Graubünden Musik im Rahmen unseres 150-Jahre-Jubiläums www.gkb2020.ch aus Liebe zur Musik ins Leben gerufen, um ambitionierte Bündner Musikerinnen und Musiker aktiv zu unterstützen. Graubündens Musikszene ist bekanntlich reichhaltig, talentiert, aber gleichzeitig „typisch bündnerisch“ auch so zurückhaltend aufs «Entdeckt-werden» wartend, dass gerade hochkreative spannende Bündner Acts, die den nationalen oder internationalen Vergleich nicht scheuen müssten, ihre Proberäume selten verlassen (man spricht von typischen Bündner «Mungga-Bands», selten zu sehen ausserhalb ihrer Probehöhlen). Das möchten wir mit www.graubuendenmusik.ch künftig ändern: Bündner Künstlerinnen und Künstler aller Musikstilrichtungen sollen in unserem Kanton sichtbar, gut beraten und auch begleitet werden, wenn Musik produziert und anschliessend – bei entsprechendem Potenzial und Biss – über Konzerte oder Tonträger überregional vermarktet werden soll. Der vorliegende Kurz-Ratgeber ist ein erster Schritt dazu. Wir freuen uns sehr. Er soll Euch animieren, auch den zweiten Schritt zu wagen: Sucht das persönliche Gespräch zu allen Themen im Ratgeber, wenn Ihr Unterstützung braucht. Ihr könnt nur gewinnen. Wer sich noch nicht registriert hat, aber kreativ und leidenschaftlich Musik macht: Traut Euch. Musik kann nur geschätzt werden, wenn man von ihr erfährt. Bündner Musik verdient mehr Aufmerksamkeit. Das wünschen wir Euch von Herzen.

Auf persönliche Begegnungen und gemeinsame Erfolgserlebnisse – in und für Graubünden.
Let's rock the world together.

Hampa Rest
Graubündner Kantonalbank

