

Ohren

Schützt Eure Ohren! Gehörschützer werden oder sollten in jedem Konzertlokal aufliegen. Es lohnt sich bei einer Hörberatung angepasste Ohrenschützer machen zu lassen oder sich preiswerte Ohrenschützpfropfen zu besorgen.

get in (engl. einsteigen)

Bezeichnet die Zeit, zu welcher eine Band am Veranstaltungsort einzutreffen hat. Meistens folgt eine halbe Stunde auf den GET IN der Soundcheck. Pünktlichkeit wird auch im Musikbusiness geschätzt!

soundcheck (engl. Klang-Überprüfung)

Das Überprüfen, Einstellen und Kontrollieren der Beschallungsanlage des Konzertlokals und das Einstellen der Monitore. Oft wird die Zeit für den Soundcheck vom Veranstalter beschränkt auf eine Stunde. Geduld, Konzentration und Verständnis für den Tontechniker steigern die Effizienz und bilden die Grundlage für einen guten Soundcheck und ein erfolgreiches Konzert.

monitoring

Die akustische Kontrollmöglichkeit für den Musiker. Auf der Bühne stellt man sich mit Hilfe des Tontechnikers einen individuellen Sound auf den Monitorboxen zusammen, damit man jedes Instrument und vor allem sein eigenes genügend gut hören kann. Wichtig: Überlegt euch vor dem Soundcheck, was ihr auf der Bühne zu hören braucht. Schaut, dass der Lärmpegel auf der Bühne nicht allzu hoch ist, damit der Sound nach vorne (vom PA) nicht beeinträchtigt wird.

pa (engl. public address)

Beschallungsanlage, welche sich an das Publikum richtet und den Veranstaltungsort mit dem Sound der Band füllt. Kurz gesagt: mit Hilfe dieser Anlage hört das Publikum die Band.

Technical Ride/Stage Rider

Ist ein Dokument, welches die technischen Anforderungen der Band für den Auftritt beschreibt (mit was für Instrumenten die Band spielt, Positionierung der Musiker auf der Bühne, Monitore, Equipment etc.) und erleichtert die Planung für die Tontechniker.

gig (engl. Auftritt)

Bezeichnung für Konzerte und Auftritte. Um an Auftritte zu kommen brauchst Du Geduld, ein wenig Glück und starke Nerven. Stellt ein Paket (Demos, Fotos, Biographie, Infos,...) zusammen und verschickt es an Konzerthäuser, Clubs und Veranstalter. Wenn Ihr zu Hause vernetzt seid, kontaktiert die Leute via Myspace, mx3 oder anderen Internetportalen.

Wichtig:

Veranstalter werden überhäuft mit Demos von Bands und viele landen direkt im Müll. Macht Eures so interessant, dass man einfach reinhören muss! Es zählt die Idee und nicht unbedingt die Ton-Qualität. Wenn Ihr viele Absagen bekommt, dürft Ihr nicht aufgeben! Versucht Euch auch mit lokalen Bands zusammen zu tun und gemeinsam Konzerte zu geben. Viele Veranstalter suchen des öfteren nach Vorbands (auch Supportbands genannt) für größere, zum Teil auch internationale Bands. Mehr Infos zu diesem Thema findest Du beim Lesen dieser Broschüre.

Plattenfirma/label

Vermarktet als Unternehmen der Musikindustrie Musik auf Tonträgern.

major labels

So nennt man die vier weltweit größten Plattenfirmen (Universal, EMI, Sony BMG und Warner), welche zusammen 75% Marktanteil besitzen (auch Big Four genannt).

recordings (engl. Aufnahmen).

Die Band nimmt in einem Tonstudio ihre Songs im Mehrspurverfahren (jedes Instrument bekommt mindesten eine eigene Spur) auf. Im OVERDUBBING Verfahren werden weitere Tonaufnahmen über bereits bestehende Aufnahmen gemacht (z.B. weitere Gitarren Spuren oder Gesangsverdoppelungen). Als nächster Schritt folgt das ABMISCHEN (auch Mixdown genannt): In diesem Prozess werden die Einzelspuren auf eine Stereo Spur (so genannte Summe) abgemischt. Nach dem Mixdown folgt das (Audio-) MASTERING: die Stereo-Summe wird nachbearbeitet um dem Material eine noch bessere Ton-Qualität zu verleihen. Eine gute Tonaufnahme sollte auf einer kleinen Stereo Anlage genau so gut klingen wie auf einer Größeren.

Mono/Monophonie

Bezeichnet die Einkanaltechnik (nur eine Spur) und schafft dadurch keinen Raumklang.

Stereo/Stereofonie

Bezeichnet die Zweikanaltechnik und schafft im Gegensatz zur Monophonie einen Raumklang.

Plektrum/Plektron

Ein Plättchen, mit welchem man die Gitarren/Bass-Saiten anschlägt und dadurch einen härteren Klang erzeugt.

independent labels (engl. Independent: unabhängig)

Kleinere, meistens auf Musikrichtungen spezialisierte Labels, die nur wenige Künstler unter Vertrag haben. Grundsätzlich sind die Bedingungen bei „Indie“-Labels künstlerfreundlicher.

Amp/Amplifier (engl. Verstärker)

Ein Gerät, das den Klang der Gitarre verstärkt und prägt. Es gibt verschiedene Bauarten: Comboverstärker (Elektronik und ein oder mehrere Lautsprecher in einem Gehäuse), Topteil und Lautsprecher (auch Head und Box genannt, Verstärker und Box sind also nicht in einem Gehäuse, sondern getrennt), Röhrenverstärker (zur Verstärkung werden Elektronenröhren verwendet. Die Röhren erzeugen einen wärmeren und druckvolleren Klang als z.B. Transistorverstärker), bei Transistorverstärkern (wie der Name sagt kommen Transistoren zur Verstärkung zum Einsatz), Hybrid (in der Vorstufe werden Röhren eingesetzt und die Leistungsstufe mit Transistoren betrieben), Simulator (durch digitale Signalprozessoren wird das Verhalten von Röhrenverstärkern nachgebildet, also eigentlich ein Computer-Verstärker)

Backline

Wenn z.B. mehrere Bands nacheinander in einem Lokal spielen, macht es Sinn, wenn nicht jede Band ihr ganzes Material mitnimmt und aufstellt. Die Umbauzeiten zwischen den Bands wären viel zu lange. So stellt irgendeine Band die „Backline“, in dem sie ihr Schlagzeug, Gitarren- und Bassverstärker den anderen Bands zur Verfügung stellt.

DI

Kleine Box, welche einen Jack-Kabel Eingang (vom Instrument, z.B. Bassgitarre) und einen XLR Kabel Ausgang (geht zum Mischpult) hat um das Instrument abzunehmen.

Effekte

Hier eine kleine Liste mit wichtigen Effekten: Distortion (Verzerrer), Overdrive (Übersteuern), Reverb (Hall), Delay (Echo), Kompressor (schränkt Dynamik des Signals ein), Wah-Wah (Effekt klingt wie man das Wort ausspricht), Equalizer/EQ (Filter zur Tongestaltung und Entzerrung der Tonfrequenzen)

Kabel

Instrumentenkabel, auch oft Jack-Kabel genannt (Verbindungskabel zwischen z.B. Gitarre und Verstärker), Boxenkabel (verbindet z.B. ein Bass Topteil mit Box), XLR (Kabel für Mikrofone und Lautsprecher), Cinch (z.B. HiFi Geräte, Stereoanlagen,...)

Booker

Ein Booker bucht für eine oder mehrere Bands Konzerte. Er wird von der Band für einen fixen Prozentanteil an den Gagen angestellt, handelt die Konditionen zu Gunsten der Musiker aus und koordiniert die Konzerte.

linecheck

Im Gegensatz zum Soundcheck wird beim Linecheck nur überprüft, ob alle Signalkanäle richtig angeschlossen sind und auch funktionieren. Die Instrumente werden kurz angespielt und die Mikrofone überprüft. Die Linechecks finden meist unmittelbar vor dem Konzert statt. Vor allem wenn viele Bands auftreten (z.B. Openairs) werden oft nur Linechecks durchgeführt; man spart Zeit und Aufwand.

Technical Ride/Stage Rider

Ist ein Dokument, welches die technischen Anforderungen der Band für den Auftritt beschreibt (mit was für Instrumenten die Band spielt, Positionierung der Musiker auf der Bühne, Monitore, Equipment etc.) und erleichtert die Planung für die Tontechniker.

Wichtige Adressen:

Veranstaltungsorte:

www.i45.ch
www.galvanik-zug.ch

Musikläden:

www.soundhouse.ch (Luzern)
www.musik-produktiv.ch (Lenzburg)
www.promusig.ch (Zürich)
www.stichels-music-shop.ch (spez. auf Schlagzeug)

Rechtliche Tipps

www.suisa.ch (Anmeldeformulare zum downloaden)

Infos

www.swissmusicguide.ch
www.eventtool-zug.ch

CD-Shops

Gion`s Musglade (Zug)
www.cede.ch (Online)

Studios

www.foolpark.ch (Baar)
www.soundstall.ch (Cham)
www.foehntoen.ch (Zug)

Portale

www.mx3.ch (Schweiz)
www.myspace.com

Labels

www.littlejig.com (Little Jig Records, Luzern)
www.kuenschtli.ch (kuenschtli.ch, Zürich)
www.musikvertrieb.ch (Musikvertrieb, Zürich)
www.chop.ch (Chop Records Label, Bern)
www.swissunderground.ch/subrec/ (Subversive Records, Bern)
www.cartoonheroes.ch (Cartoon-Heroes, Zürich)

Radios

www.radioindustrie.ch (Zug)
www.dr3.ch (Zürich)
www.virus.ch (Basel)
www.3fach.ch (Luzern)
www.unikomradios.ch (Union nicht kommerziell orientierter Lokalradios)

Tip: Damit ein Song im Radio gespielt wird, sollte er nicht länger als 3.30 Minuten dauern und nicht unbedingt zu lange instrumentale Teile enthalten. Diese Angaben dienen aber lediglich als Richtwert.

Wie komme ich mit meiner Band zu Auftritten?

Für die Kontaktaufnahme mit Veranstaltern benötigt Du:

Biografie: Schreibt eine kurze Biografie über eure Band, die die wichtigsten Informationen enthält (Alter, Bandmitglieder, Stil, bisherige Konzerte, ...). Achtet dabei auch auf die Rechtschreibung.

Fotos: Ihr braucht Fotos von eurer Band. Diese müssen aber nicht unbedingt von einem Fotografen gemacht werden. Macht mit eurer Kreativität auf euch aufmerksam. Live Fotos (auf der Bühne, im Proberaum, ...) sind oft aussagekräftiger als ein normales Foto der Band.

Demo: Veranstalter müssen wissen, wie ihr klingt und deshalb benötigt ihr Demoaufnahmen. Dies können Liveaufnahmen, Proberaumaufnahmen oder Studioaufnahmen sein. Veranstalter hören meist nur kurz in Demos rein, deshalb sollte der erste Song auch der Beste sein und sich „den Weg direkt in die Ohren“ bahnen. Tipp: Es gibt viele junge Tontechniker in Ausbildung mit eigenen kleinen Studios, welche zu einem günstigeren Preis Aufnahmen machen. Ein professionelles Studio kostet immerhin etwa 800.- pro Tag. Haltet generell immer die Augen offen nach anderen jungen Leuten, die selber auch noch Erfahrungen sammeln müssen (für z.B. Bio, Fotos, Homepage, Studio, Grafiken,...).

Onlineauftritt: Von grosser Wichtigkeit sind heute Myspace und für die Schweiz auch mx3 (www.mx3.ch). Auf diesen Portalen kannst du für deine Band ein Profil erstellen, welches die wichtigsten Infos und natürlich Demos enthält. Viele Veranstalter suchen heute sogar nur noch im Internet nach neuen Bands. Ihr könnt auch eine eigene Homepage kreieren, dies ist aber im Vergleich zu Myspace kostenpflichtig und aufwändiger. Nützt die Möglichkeiten des Internets und vernetzt euch mit vielen Menschen, Veranstaltern und Bands.

So nehme ich mit Veranstaltern Kontakt auf

Sucht in eurer Umgebung nach Kulturhäusern, Konzertlokalen, Bars, Clubs, Festivals und sonstigen Veranstaltungen. Geht auf mx3 die Liste der Clubs durch und kontaktiert die für euch passenden Orte oder sucht auf Myspace, da viele Veranstalter selber ein Profil besitzen.

Sendet an möglichst viele Häuser oder Veranstalter eine Konzertanfrage. Schickt eine E-Mail mit einer freundlichen Anfrage, einer kurzen Bio, Fotos und dem Link zu eurem Internet Profil. Aufpassen, seid angenehm aufdringlich und nicht nervend. Es kann sich auch lohnen, die Veranstalter direkt anzurufen oder im Lokal vorbei zugehen. So könnt ihr persönlich einen guten Eindruck hinterlassen und bekommt bestimmt gleich eine Antwort des Veranstalters.

Sucht Euch einen Booker, der für Euch die Konzerte bucht oder macht es selber. Es gibt professionelle Booking Agenturen, dort ist es aber schwieriger als kleine Band aufgenommen zu werden. Mit ein wenig Fleiss und Geduld könnt ihr auch selber als Booker tätig sein. Wenn das Produkt stimmt, kommen auch die Konzerte.

Es gibt auch Labels, die das Booking übernehmen, dazu muss aber ein Label her. Wenn ihr mit Labels ins Gespräch kommt, gebt Acht auf eure Rechte. Lasst jegliche Verträge von einem Rechtsanwalt oder dem Rechtsdienst der SUISA überprüfen.

Versucht Kontakt mit anderen, „etablierten“ Bands aufzunehmen, vielleicht braucht jemand eine Vorband. Auch im Musikbusiness können gute Kontakte von Vorteil sein.

Der eigentlich wichtigste Punkt ist die Präsenz vor Ort: Besucht selber so viele Konzerte wie nur möglich. So lernt ihr automatisch viele Menschen kennen und knüpft Kontakte.

Selber veranstalten:

Viele Konzerthäuser können gemietet werden (z.B. industrie45, Treibhaus Luzern, ...). Checkt die Homepages der Lokale, dort findet ihr Details über die Konditionen für eine Vermietung. In Jugendkulturhäusern (z.B. industrie45) gibt es im Gegensatz zu vielen anderen Lokalitäten die Möglichkeit auf abgesicherte Verträge und kompetente Unterstützung während der Veranstaltung. Informiert Euch direkt bei den Jugendkulturhäusern.

Denkt daran, dass ihr beim selber veranstalten vieles planen und organisieren müsst (z.B. Vor- und Hauptband, Flyer, Kassenpersonal, Werbung, Presse...) Auf der Internetseite www.eventtool-zug.ch findet ihr nützliche Tipps zu diesem Thema.

Ob ihr selber ein Konzert veranstaltet oder als Band auftritt, eines ist immer wichtig: Werbung! Macht durch Flyer, Stickers, Newsletter, T-Shirts und natürlich Mund-zu-Mund-Propaganda auf euch aufmerksam!

Wenn ihr finanzielle Unterstützung braucht (z.B. für Aufnahmen oder um ein Konzert zu veranstalten), wendet Euch an eure Gemeinde oder an den Kanton. Meistens haben diese Kulturfördergelder, mit denen solche Projekte unterstützt werden.



geschrieben von muriel rhyner und eila rotzler