

Nils Kolonko

Bandologie

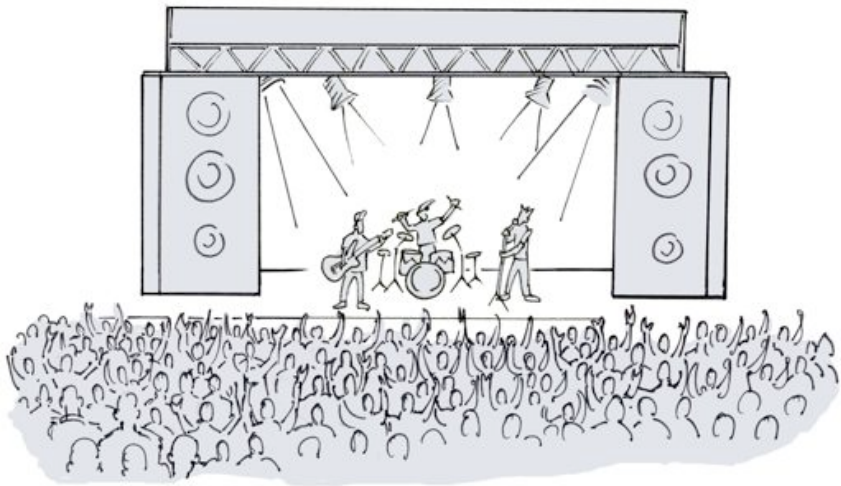
Wie man als Musiker
seine Band zum Erfolg führt



Leseprobe

Nils Kolonko

Bandologie



Wie man als Musiker seine Band zum
Erfolg führt

Copyright © 2010 Nils Kolonko
Verlag: Kolonko Books

Vierte, aktualisierte Auflage, 2010

Illustrationen: Carmen Krüger, www.carmenkrueger.de
Covermotiv: Chäirwalk, www.chaeirwalk.de, vielen Dank für die
Rechtegenehmigung an Erik Hoeborn, Siad Rahman und Tim Kolonko

ISBN: 978-3-939278-00-9

www.bandologie.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. So funktioniert Bandologie

2. Grundlegende Fragen des erfolgsuchenden Musikers

Was ist ein Rockstar – und wie wird man einer?	17
Wie viel Geld kann man mit Musik verdienen?	18
Soll ich Berufsmusiker werden?	22

3. Wie man seine eigene Zukunft besser bestimmen kann: Die Geschichte der Musikindustrie

Das Musikgeschäft vor dem Rock 'n' Roll	24
Der Beginn der traditionellen Musikindustrie	25
Die Entwicklung der traditionellen Musikindustrie	26
Wie ging es von 1954 bis in die 1990er-Jahre eigentlich den Musikern und Bands?	28
Die Musikindustrie heute	29
Die Musikindustrie heute (Teil 2) – Wie sehr man in Zukunft eine Plattenfirma braucht – ... oder auch nicht	33

4. So wird eure Band erfolgreich – die fünf Erfolgsfaktoren einer Band

Das beste Team gewinnt	43
Passende Inhalte (inklusive Innovationen)	48
Qualität	82
Massenwirkung	88
Kontinuität	131

5. Wie man vom Musiker zum musikalischen Unternehmer wird

Die Wirkung zählt, nicht die Leistung	135
Die wichtigsten Kriterien für die musikalische Wirkung einer Band	139
Timing	140
Die wichtigsten Kriterien für die Gesamtwirkung einer Band	143
Eure Band als Unternehmung	144
Eure Band als größere Unternehmung (Think big)	146

6. Menschliche Hürden in Bands – und wie man sie meistert

Entscheidungshilfe: Sollen wir ein Mitglied aus der Band werfen?	149
Jemand aus meiner Band hat Drogenprobleme – was nun?	159
Wie wirft man jemanden aus einer Band, so dass es für die Band und den Rausgeworfenen konstruktiv weiter geht?	161
Ausreden von Musikern – und deren Lösungen	167
Die vier einzigen Gründe, an denen jede Band irgendwann scheitert	186

7. Die wichtigsten Tipps für Bandgründer

Ich möchte ein Instrument lernen – wie fange ich an?	195
Ich will eine Band gründen oder in eine Band einsteigen – wie gut muss ich mein Instrument spielen können?	197

Muss ich Whiskey saufen für eine Rock-/ Metal-Stimme?!	198
Brauche ich als Sänger eine besondere Stimme?	199
Wie bekomme ich eine besondere Stimme?	205
Was ist wichtig für einen guten Bandnamen?	208
Proberäume	211
Wie finde ich den richtigen Proberaum?	211
Die häufigsten Fehler bei der Proberaum-Suche	213
Was macht einen guten Proberaum aus?	215
Wie sollte ein Proberaum ausgestattet sein?	218
Wie sollte ein Proberaum betrieben werden?	220
Brauche ich den Sex, Drugs & Rock 'n' Roll-Lifestyle, um erfolgreich zu sein?	223
Wie alt darf ein Musiker sein, der erfolgreich werden möchte?	230

8. Lautstärke und Ohren

Wie laut sollte oder muss meine Band sein?	237
Was ist ein Tinnitus?	239
Wie vermeidet man Tinnitus?	241
Wie schütze ich mein Gehör am besten?	242

9. GEMA, GVL, Urheberrecht und Markenrecht für Bands (Überblick)

Wer oder was ist die GEMA?	247
Vor- und Nachteile der GEMA, mit zielführenden Hinweisen für die Praxis	248
Wer oder was ist die GVL?	267
Wer schützt Komponisten vor Ideenklau? (Urheberrecht)	268

Wie entscheide ich, ob für meine Band ein Eintrag im
Markenregister sinnvoll ist? 279

10. Live-Auftritte (Gigs), Merchandising und Spezialprodukte

Eure wichtigste Einkommensquelle und eure Visitenkarte	281
So wird euer Konzert zur erlebnisreichen Verkaufsveranstaltung	288
Warum sogar eine Heimarbeit mit zwei Personen tauglich für das weltweite Musikbusiness und für einen Umsatz von über 14 Millionen Dollar ist	291
Das Prinzip der Geilheit: „Bang for your buck“	292
14 Millionen Dollar Umsatz, mit geringem Risiko! So wurde es in der Realität umgesetzt	293
... Und dann bequem das Geld von der Post abholen	294
\$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$ \$\$\$	295
Kleine Mittel, großes Geld! So funktioniert dieses Prinzip vieler dauerhaft erfolgreicher Musiker und Bands	298
Ein Blick in die Zukunft der Live-Auftritte	300
Wie man ein erfolgreiches Konzert veranstaltet, ohne eine Ahnung zu haben, wie das geht	302
Wie man Fans gewinnt und dauerhaft hält	310
So betreibt man Fanbindung der Extraklasse	314
Der wahre Kern des Musikgeschäfts	315
Die drei Stufen des Musikmarketings	316
Wie aus einer Reihe von Fehlern ein Erfolg wurde	319

11. Wie man mit Musiklabels am besten umgehen sollte

Wie man eine Plattenfirma zu ihrem Glück zwingt	325
---	-----

Griffige Definitionen zu Fachbegriffen aus der Musikindustrie	334
Die Magie der Musiklabels	341
Wie man sich einen Plattenvertrag holt und dabei noch Geld verdient	355
Wie bekommen wir denn nun einen Plattenvertrag? Zugabe!	358 359

12. Schlusswort

Der 25.000-Dollar-Tipp	365
Bibliografie	369
Hörbuchverzeichnis	372
Filmverzeichnis	373



1. So funktioniert Bandologie



Dieses Buch richtet sich an Musiker, die in einer Band spielen, oder eine Band gründen wollen. Die hier gesammelten Informationen zielen darauf ab, die Ergebnisse der Band zu verbessern. Das kann sowohl finanziellen Erfolg als auch künstlerischen Erfolg bedeuten.

Durch mein ständiges Interesse für Musik und für Bands habe ich in meinem bisherigen Leben die Vorgehensweisen vieler erfolgreicher Musiker kennengelernt. Aus der Betrachtung vieler einzelner Geschichten lassen sich gewisse Dinge ableiten, die für jede erfolgreiche Band zutreffen. Diese Erkenntnisse sind hier schriftlich dargelegt.

Selbstverständlich ist jeder Erfolg seine eigene Geschichte. Jeder Mensch bringt seine persönlichen Erfahrungen, Wünsche, Ziele und Ausdrucksweisen mit. Alle Menschen sind unterschiedlich. Daher ist auch jede Band unterschiedlich. Es gibt also jede Erfolgsgeschichte nur einmal. Das ist auch gut so und soll auch so bleiben. Es soll selbstverständlich nicht jede Band nach ‚Schema X‘ arbeiten. Und schon gar nicht nach einem inhaltlichen Schema, wenn es um Musik und Texte geht. Das würde glücklicherweise nicht funktionieren. Musik und Texte müssen natürlich weiterhin völlig individuell und persönlich sein.

Dieses Buch kann euch und eurer Band wirklich helfen. Und zwar dann, wenn ihr die hier beschriebenen Methoden in die Tat umsetzt. Obwohl Bandologie eine Reihe von ausgewählten Geschichten und Beispielen aus der Praxis enthält, die teilweise sehr amüsant sind, handelt es sich genau genommen nicht um ein *Lesebuch* – im Sinne von Entertainment – sondern um ein *Lehrbuch*. Also einen Leitfaden für eure Praxis.

Wie ihr wahrscheinlich bereits festgestellt habt, bin ich weder ein weltweit erfolgreicher Rockstar, noch hatte eine meiner bisherigen Bands überdimensionalen Erfolg. Obwohl die Bands jeweils wirklich gut waren.

Heute weiß ich, woran es liegt. Und ich wünschte, ich hätte bereits einige Jahre früher gewusst, worauf es bei einer erfolgreichen Band ankommt.

Genau das, was ich mir für mich gewünscht hätte, wünsche ich nun euch: Macht eure Band so erfolgreich, wie meine bisherigen Bands hätten werden können, wenn ich schon früher das richtige Wissen und die richtigen Einstellungen gehabt hätte.

Gehe ich recht in der Annahme, dass ihr es in Ordnung findet, wenn ich so wenig Fachbegriffe wie nötig verwende? Denn dadurch könnt ihr dieses Buch einfach und schnell lesen.

Die für euch wichtigen Dinge könnt ihr euch merken oder am besten schon beim ersten Durchlesen in Stichworten notieren. Übrigens ist das Aufschreiben einer Sache der erste Schritt von der Theorie in die Praxis. Ich darf wohl annehmen, ihr möchtet den Erfolg durchaus praktisch haben. Sehr gut. Dann kann es ja los gehen.



Hier gibt es etwas besonders Interessantes zu lesen

Zielgruppenmarketing

Diese Technik wird euch, richtig angewendet, viele gute Ergebnisse bringen und eure Energie richtig einsetzen. Dabei geht es darum, eure Maßnahmen zum Aufbau einer Reichweite effektiv zu gestalten. Oder anders formuliert: eure Werbung gezielt zu verwenden. Klingt sinnvoll, oder?

Dazu zunächst eine praktische Anleitung, dann einige Gedankenanstöße und schließlich einige beispielhafte, konkrete Marketing-Ideen.

Übrigens könnt ihr, wenn ihr die folgenden Schritte in der „Anleitung zum Zielgruppenmarketing“ befolgt, einen regelrechten Masterplan für eure Band aufstellen!

Spätestens an dieser Stelle empfiehlt es sich also, selbst einen Stift in die Hand zu nehmen und diesen Plan im Detail aufzuschreiben. Wenn ihr das tut, habt ihr schätzungsweise 99% aller Bands auf dem Musikmarkt bereits organisatorisch abgehängt. Mit einer solchen Übersicht habt ihr dann den Kopf frei und spart somit eine Menge Energie. Zudem könnt ihr damit eure Power viel gezielter einsetzen und wisst immer, bei welcher Tätigkeit es gerade zielführend ist, sie zu erledigen, und welche Dinge euch nur eure Zeit und Kraft rauben würden. Erneut der Appell: Es lohnt sich, jetzt loszulegen!

5. Wie man vom Musiker zum musikalischen Unternehmer wird



Die Wirkung zählt, nicht die Leistung

Ein einfaches Prinzip, das vielen Musikern nicht bekannt ist: Wirkung erzielen ist wichtiger, als Leistung zu bringen.

Beispiel

Nehmen wir an, ein Musiker möchte weltberühmt werden und vor ausverkauften Stadien spielen. Der Musiker Brad Delson hat das geschafft. Der Musiker Yngwie Malmsteen, beispielsweise, nicht.

Blitzinfo: Brad Delson ist Gitarrist bei der Nu Metal Band Linkin Park und wird häufig dafür kritisiert, ‚zu‘ einfache Gitarrenparts zu spielen; Yngwie Malmsteen ist ein Virtuose auf der Gitarre, er ist ein wahrer ‚Super-Gitarrist‘.

Nun, warum spielt Delson in Stadien und Malmsteen – zumindest als Haupt-Act – üblicherweise nicht?

Brad Delson hat die größere *Wirkung*. Obwohl Yngwie Malmsteen seinem Publikum die höhere (musikalische) *Leistung* darbietet. (Was Brad Delson möglicherweise leisten *könnte*, sei mal dahin gestellt. Fakt ist, dass er auf der Bühne und auf den Aufnahmen vergleichsweise einfache Gitarrenstimmen spielt.)

Um die Wirkung einer Band zu erfassen, gibt es nur eine, entscheidende Frage:

Was denkt und fühlt das Publikum? Bevor wir zur Antwort dieser Frage kommen, hier kurz die Beschreibung des jeweiligen Gesamtergebnisses:

welche *Gesangstechniken* und welche anderen *individuellen Ausdrucksweisen* der Zuhörer geboten bekommt.

Es gibt diverse Möglichkeiten, seine eigene Stimme auf gesunde Weise völlig anders klingen zu lassen, als sie normalerweise klingt. Dazu gleich ein Beispiel von einem Sänger, der es schaffte, aus seiner durchschnittlich klingenden Stimme eine sensationelle, weltweit einzigartige Rockröhre zu machen.

▣ Hinzu kommen dann übrigens noch die *Inhalte*, also die Texte und Melodien. Das alles nimmt der Zuhörer zusammen wahr. Ein Musikhörer ‚zerlegt‘ die Musik nicht, wie das beispielsweise ein Gesangslehrer tun würde. Hier zählt immer der Gesamteindruck. **Und dabei sind die Ausdrucksweisen und die Inhalte des Sängers für den Hörer wesentlich wichtiger, als ein voller, oder sogar schöner Stimmklang.** Letztendlich geht es dem Zuhörer um die Qualität der Band als Gesamtheit.

Zunächst ein Beispiel von jemandem, der seine Stimme sprichwörtlich ‚verwandelt‘ hat, um erfolgreich zu werden.

Beispiel

Die Stimme von Alice Cooper

Alice Cooper (geb. 04.02.1948), oder auch bürgerlich Vincent Damon Furnier, ist ein weltweites Idol für Rockgesang. Mit riesigen Hits wie „Poison“ (1989) oder „Feed My Frankenstein“ (1991) schrieb er Rockgeschichte. Beispielsweise Steven Tyler

(Aerosmith) und Jon Bon Jovi sangen auf seinen Aufnahmen *Background*-Chöre(!), Gitarristen wie Slash (Velvet Revolver / Ex-Guns N' Roses) und Steve Vai spielten Gitarre für ihn. Alice Cooper ist eine lebende Legende und seine markante Stimme zu erkennen, ist extrem leicht. Selbst völlige Laien erkennen beim Hören sofort: dort singt Alice Cooper. Absolut unverkennbar.

Nun, war das immer so? Die Antwort ist: nein. Denn Alice Cooper, übrigens Sohn eines Pastors und ein sehr friedlicher Zeitgenosse, hat eine ganz gewöhnliche Sprechstimme. Und auch beim Singen war seine Stimme viele Jahre lang nicht besonders herausragend. Wer die beiden ersten Alice Cooper Alben (1969: „Pretties For You“, und 1970: „Easy Action“) gehört hat, weiß, was ich meine. Dort klingt Alice Cooper wie ein völlig durchschnittlicher Sänger der frühen 1970er Jahre. Verwechselbar, austauschbar. Ein ganz normaler Sänger. Übrigens ohne nennenswerte Erfolge.

Und schon ein Jahr später, 1971, klingt der gleiche Sänger wie verwandelt. Geradezu sensationell!

Nun, wie kam es dazu?

Hier sind die Hintergründe: Mit 16 Jahren, 1964, gründete der kleine Vincent Furnier seine erste Band „The Earwigs“. Die Band spielte viele Cover-Songs der Beatles, später auch Songs der Rolling Stones und der Yardbirds. Es war zu dieser Zeit üblich, dass Bands keine eigenen Songs komponierten. 1968, als Vincent 20 Jahre alt war, benannte die Band sich um in „The Alice Cooper Group“. Sein Stimmsound beim Singen: immer noch Durchschnitt. Die beiden

anderem, dass in unserer Stimme wesentlich mehr steckt, als wir normalerweise im Alltag benutzen. Das Schreien, also Belting, oder wie ich es gerne nenne ‚natürliche Stimmverzerrung‘ war selbstverständlich nur eines von einer ganzen Reihe von Beispielen.

Allen, die sich für dieses Thema im Detail interessieren, kann ich ein exzellentes Buch empfehlen, das sich mit diesem Thema beschäftigt. Das Buch ist von der dänischen Autorin Cathrine Sadolin und heißt „Complete Vocal Technique“ (www.completevocalinstitute.com). Details am Ende dieses Buches, in der Bibliografie.

Bob, der junge Musikproduzent, erreichte danach übrigens noch einiges. Unter anderem produzierte er einige Alben der Rockband KISS, sowie diverse andere Bands. Wohl sein Meisterwerk ist das legendäre Album „The Wall“ der Band Pink Floyd. Damals, **als Bob Ezrin und Alice Cooper gemeinsam begannen, an der Stimme von Alice ‚herumzufummeln‘, begann für die beiden jeweils eine weltweite Karriere.**

10. Live-Auftritte (Gigs), Merchandising und Spezialprodukte



Eure wichtigste Einkommensquelle und eure Visitenkarte

Live-Auftritte und die dabei zusätzlich verkauften Produkte sind heutzutage die wichtigste Einnahmequelle für kleine, mittelgroße und sogar für viele große Musik-Acts.

Das von vielen Musikern noch immer erträumte Musikgeschäft, bei dem Tages eine mächtige Plattenfirma kommt und die Band durch Tonträgerverkäufe sehr viel Geld verdient, ist im Wesentlichen tot! Und ich bezweifle auch, ob es das, für dauerhaft erfolgreiche Künstler, jemals im flächendeckenden Stil gegeben hat. Meinen Beobachtungen zufolge waren das Einzelfälle. Wie auch immer. Heutzutage verdienen nur noch wenige Künstler durch die Einnahmen aus Tonträgerverkäufen nennenswertes Geld. Denn wie jeder Musikfan mittlerweile weiß, kann man im Internet momentan kostenlos – und dabei völlig legal – Musiktitel in der Mengenordnung einer großen Langspielplatten- oder CD-Sammlung aus dem Internet herunterladen. Dazu braucht man schon längst kein Musik- oder Technik-Spezialist mehr zu sein. Beispielsweise auf der Plattform www.bild.de erhält man eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie man sich beliebig viele Titel des Internetradios „Last.fm“ mitschneiden kann. Nach aktueller Rechtsprechung ist das legal. In typischer ‚Bild‘-Manier ist die Anleitung entsprechend volksnah und für wirklich jeden verständlich, der einen Mauszeiger über einen Bildschirm bewegen kann. Doch selbst ohne eine solche – meiner Meinung nach zweifelhafte – Mitschneidemöglichkeit, könnte man völlig legal genügend Musik erhalten. Viele professionelle und professionell klingende Bands bieten Gratis-Tracks und auch ganze Alben zum kostenlosen Download an.

Unter diesen Umständen wird es immer schwieriger, einen Musikfan noch zum Kauf von produzierter Musik zu bewegen. Zurzeit ist es in der Tat so, dass nur große, häufig über Jahre oder sogar Jahrzehnte etablierte Musikkünstler von ihren Tonträgerverkäufen leben können. Und so, wie sich momentan die weitere Entwicklung andeutet, wird das auch in den nächsten Jahren so bleiben.

Übrigens – das sei kurz erwähnt – sehe ich als eine von sehr wenigen Lösungen für dieses wirtschaftliche Problem eine Veränderung in der

solche Aussage, in der ein erfolgreicher Profimusiker sogar seine „Mama“ als Teil der Bandvermarktung erwähnt, würden viele, mir bekannte semiprofessionelle Musiker zunächst einmal etwas erhaben lächeln. Doch im Folgenden werdet ihr verstehen, weshalb eine solche Arbeitssituation durchaus realistisch ist und sehr gewinnbringend sein kann. Das weit verbreitete, unscharfe Bild darüber, was „die Musikindustrie“ angeblich wäre, wird sich gleich bei vielen Lesern ganz drastisch verändern und schärfen.

Denn sogar noch viel größere Bands, die international bekannt sind und seit Jahrzehnten etabliert, haben ebenfalls mit überschaubaren Mitteln ganz beachtliche Umsätze erzielt. Durch die folgende Geschichte erhaltet ihr sowohl reale als auch lebendige und konkrete Ansätze für eure eigene Band. Was jetzt folgt ist wirklich umgesetzt worden und lässt sich, egal in welcher Größenordnung, als Geschäftsmodell für Musiker und Bands anwenden.

Warum sogar eine Heimarbeit mit zwei Personen tauglich für das weltweite Musikbusiness und für einen Umsatz von über 14 Millionen Dollar ist

Noch weiter als alle anderen mir bekannten Fälle, hat es mal wieder der amerikanische Rockbassist, Gene Simmons, getrieben: In seinem Buch „SEX, MONEY, KISS“ beschreibt er ab Seite 185 eine Geschichte, die zeitgleich unglaublich ist, andererseits absolut auf dem Boden der Realität stattfindet. Ich beschreibe diese Geschichte hier, weil sich dieses Muster – Produkte als Band in Eigenverantwortung

herzustellen und zu verkaufen – aktuell als eine der wichtigsten Umsatzquellen für Musiker herauskristallisiert.

Der Frontmann entwarf gedanklich ein eigenes Buch für seine Band. Selbstverständlich handelt es sich dabei um ein Spezialprodukt. Besonders interessant daran finde ich bereits den ersten Schritt der Planung. Denn vier Dinge wusste der Musiker über sein Buch bereits, als er zunächst noch nichts weiter unternommen hatte: Das Buch würde er mit nur einer weiteren Person erstellen, diese Person würde er, für ihn kostenlos, in seinem Gästehaus unterbringen, das Buch würde „*Kisstory*“ heißen und es würde 158,95 Dollar kosten! Das alles stand für ihn fest, bevor es den Inhalt des Buches oder einen Schreiber gab.

Um diese Geschichte kurz und effektiv zu machen: Mit dieser Preisvorstellung konnte er sich weder gegen seine Bandkollegen durchsetzen, noch konnte er einen Verlag davon überzeugen, ein Buch zu diesem hohen Preis zu veröffentlichen. Alle sagten, ein Buch dürfe höchstens 50 bis 75 Dollar kosten. Doch Simmons entschied sowohl, das Buch selbst zu veröffentlichen und zu verkaufen als auch, das Buch so aufwändig zu gestalten, bis es schließlich den Wert von 158,95 Dollar hatte!

Das Prinzip der Geilheit: „Bang for your buck“

Besonders schön an der Geschichte finde ich die wunderbare Formulierung „The fans believed then, as they do now, that for \$158.95 they would get bang for their buck.“ Zu Deutsch: „Die Fans waren sowohl damals, als auch heute noch, der Auffassung, dass sie

für die 158,95 Dollar „Bang“, also etwas besonders Eindrucksvolles und Überzeugendes, für ihr Geld erhalten.“

Diese Philosophie von Preis und Wertigkeit, „**Bang for your buck**“, ist übrigens nicht nur wichtig, wenn man schon sogenannte Hardcorefans hat (in der sonstigen Wirtschaft „Stammkunden“ genannt), sondern auch, wenn man sich gerade welche aufbaut. Denn mit genau solchen Produkten schürt die Band ihren Kultstatus und ihre Wertigkeit. Plötzlich setzt sich die Band in der Außenwahrnehmung von tausenden, anderen Bands ab, denn sie liefert „Bang“. Und dabei wird, wenn das Produkt gut ankommt, zudem die Bandkasse aufgefüllt, dort bewegen sich also „Bucks“ (Dollar).

14 Millionen Dollar Umsatz, mit geringem Risiko! So wurde es in der Realität umgesetzt

Doch bevor es das Buch gab, zog Simmons die Vermarktung auch weiterhin einfach mal von der anderen Seite auf. Zwar etwas ungewöhnlich, aber durchaus vernünftig: Er rief persönlich eine Redakteurin an, die er für einige Zeit in seinem Gästehaus unterbrachte. Gemeinsam entwarfen sie eine Werbeanzeige, die über Fan-Magazine und Flugblätter verbreitet wurde. Dort konnten die Fans dieses Buch vorbestellen, das es zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht gab.

Die Methode, die dahinter steht, ist also einerseits eine Minimierung des finanziellen Risikos. Denn es wäre sehr ungeschickt gewesen, bei einem so aufwändigen und teuren Buch direkt zu Beginn mit einer

sehr hohen Auflage zu starten. (Das Gleiche gilt für sämtliches Merchandising.) Andererseits wurde hier die Zeit der Herstellung sehr geschickt genutzt, um Bestellungen zu sammeln. Auch die Verbreitung über Mundpropaganda benötigt immer eine gewisse Zeit. Diese konnte also ebenfalls bereits laufen, während das Fanbuch sich noch mitten im Entstehungsprozess befand.

Kurze Zeit nach dieser Werbeanzeige arbeiteten Simmons und die Redakteurin dann ebenfalls im besagten Gästehaus und erstellten den Inhalt dieses Buches. Was hier in einem Satz abgehandelt werden kann beinhaltet selbstverständlich ein hohes Maß an Kreativität und alles in allem eine sehr detailgenaue und anspruchsvolle Arbeit in den Bereichen Layout, Design und Inhalt. Welchen Umfang das Ergebnis hatte, dazu gleich mehr.

... Und dann bequem das Geld von der Post abholen

Um die Bestellungen entgegenzunehmen, mietete sich der Rockstar übrigens ein ganz einfaches Postfach. Heute würde man das natürlich in den meisten Fällen per Email abwickeln. Er arbeitete also mit Mitteln, die jeder Andere sich ebenfalls besorgen könnte. Und auch Jahre später (zumindest bei Erscheinen des Buches „SEX, MONEY, KISS“, 2006) holte er laut eigener Aussage alle Buchbestellungen persönlich aus diesem Postfach und übergab sie an das Büro der Band, von wo aus die Bücher versendet werden.

Die Vervielfältigung des Buches wurde wahrscheinlich als Auftrag an eine professionelle Druckerei übergeben. Doch bis zu diesem Punkt

Und natürlich, wenn sie etwas entsprechend Eindrucksvolles liefern können.

1995, bei Veröffentlichung der ersten „Kisstory“ stellte sich dann auch heraus, was in diesem Fall mit etwas besonders eindrucksvollem, also mit „Bang“, gemeint war: Das Buch enthält 440 Seiten und wiegt satte 3,8 Kilo (8.4 pounds). Darin enthalten sind unter anderem diverse, persönliche Anekdoten und tausende, hochwertige Farbdrucke, seltener Fotos der Band.

Doch auch für eine Band mit einem kleineren Bekanntheitsgrad und entsprechend weniger Budget gibt es Möglichkeiten, etwas Vergleichbares zu erschaffen! Dabei müssen sich ja nicht gleich 90.000 Bücher beim ersten Anlauf verkaufen. Selbst bei 90 Verkäufen, eine überschaubare Zahl, die selbst kleine Bands erreichen können, würde die Band bei einem Preis von 158,95 Dollar einen Umsatz von 14.305,50 Dollar machen! Wer sich momentan gerade gedanklich in der Planung zu einem solchen, neuen Spezialprodukt der Band befindet, kann diesen Umsatz ja spaßeshalber mal mit 900 und 9.000 Verkäufen durchrechnen.

Und übrigens: Wenn man eine solche Methode zum Geldverdienen erst mal gefunden hat, lässt sich dieses Geschäftsmodell auch auf andere Produkte übertragen.

Der besagte Bassist verdiente Mitte der 1980er Jahre jeweils 100 Dollar pro verkaufter Spezialedition seines Basses „Simmons Axe“. Durch 250 verkaufte Bässe wurden das immerhin 25.000 Dollar. Doch Mitte der 1990er Jahre hatte er dieses „neue“ Geschäftsmodell entdeckt und löste sich ganz bewusst von den Herstellern und Händlern, die ihm einen Großteil seiner Einkünfte nahmen. Das Spezialmodell seiner Bassgitarre „Gene Simmons Punisher“ brachte ihm mehr als eine

11. Wie man mit Musiklabels am besten umgehen sollte



Nun war ich also selbst einer dieser Plattenfirmen-Leute, bei denen ich als Teenager bereits angerufen hatte, um meine damaligen Lieblingsstars zu unserem Konzert zu holen. Drei Jahre nach dem gerade beschriebenen Vorstellungsgespräch wurde ich selbst Produktmanager der BMG und wir vermarkteten im Jahr 2003 unter anderem die Musikveröffentlichungen der RTL Fernsehshow „Deutschland sucht den Superstar“. In diesem Jahr fabrizierten wir mit der BMG gemeinsam mit Dieter Bohlen, der Bild-Zeitung und RTL acht No. 1 Hits! ... Ein unvergessliches Erlebnis für mich, an diesen Mega-Erfolgen direkt mitgewirkt zu haben.

hatten. Denn das zweit-erfolgreichste Album in diesem Jahr war die Veröffentlichung „20 Jahre Nena“ von Nena und auf Platz drei das legendäre Album „Mensch“ von Herbert Grönemeyer.

Wie man eine Plattenfirma zu ihrem Glück zwingt

Immer wieder fragen mich seitdem Musiker innerhalb der Bandologie-Coachings und -Workshops nach geheimen Tricks für den Umgang mit Plattenfirmen. Mehr dazu gibt es gleich im Kapitel „Die Magie der Musiklabels“. Zum besseren Verständnis gibt es zuvor allerdings zwei sehr charakteristische Beispiele dafür, wie noch heute einige Mitarbeiter der großen Musikfirmen mit durchaus professionellen und vielversprechenden Angeboten umgehen und wie man sich als Anbietender dabei erfolgreich durchsetzen kann.

Direkt im Anschluss an diese Beispiele gibt es dann „Griffige Definitionen zu Fachbegriffen der Musikindustrie“. Und danach folgt das Finale dieses Buches, mit so brisanten und praxisnahen Beispielen und Tipps, dass ihr daraus für eure Band sowohl das Sprungbrett zu einer dauerhaften Karriere erarbeiten könnt, als auch diese Geschichten als ständige Begleiter und eine Art Kompass für die richtige Richtung auf eurem Weg im Musikbusiness verwenden könnt.

Weitere Themen, über die du im Bandologie-Buch lesen kannst:

- Was ist ein Rockstar – und wie wird man einer?
- Ausreden von Musikern – und deren Lösungen
- Wie bekomme ich eine besondere Stimme?
- Was ist wichtig für einen guten Bandnamen?
- Wie alt darf ein Musiker sein, der erfolgreich werden möchte?
- Vor- und Nachteile der GEMA, mit zielführenden Hinweisen für die Praxis
- So wird euer Konzert zur erlebnisreichen Verkaufsveranstaltung
- Kleine Mittel, großes Geld! So funktioniert dieses Prinzip vieler dauerhaft erfolgreicher Musiker und Bands
- Wie man Fans gewinnt und dauerhaft hält
- So betreibt man Fanbindung der Extraklasse
- Der wahre Kern des Musikgeschäfts
- Die drei Stufen des Musikmarketings
- Wie man eine Plattenfirma zu ihrem Glück zwingt
- Wie man sich einen Plattenvertrag holt und dabei noch Geld verdient
- Wie bekommen wir denn nun einen Plattenvertrag?
- Der 25.000-Dollar-Tipp

... und mehr!



Ende der Leseprobe

Mit dem folgenden Link kannst du das vollständige Buch (insgesamt 376 Seiten inklusive aller 50 Praxis-Beispiele und einer Fülle von Tipps für deinen Erfolg als Musiker) für nur 24,90 Euro kaufen.

✓ Auf jedes Bandologie-Buch gebe ich persönlich als Autor und Verleger eine 180-Tage-Geld-zurück-Garantie, denn ich möchte, dass du auch nach dem Kauf mit dem Buch voll zufrieden bist.

Das Bandologie-Buch jetzt kaufen bei ...

[Amazon.de](https://www.amazon.de), € 24,90, versandkostenfrei

... Oder hier bei anderen [Buchhändlern](#).

Sind Sie Buchhändler?

Dann erhalten Sie das Bandologie-Buch auch direkt beim Großhändler Umbreit, unter der Nummer 1407444



1 Bandologie-Gitarrenplektrum gibt es zu jedem Buch gratis dazu!



[10er-Pack
Bandologie-
Plektrun](#)