

**- Konzertdirektion - Tourneeveranstalter - Clubbesitzer –
- örtliche Veranstalter - Bühnenproduktionsfirma - Booking Agentur –
- interne Management -**

Nachfolgend steht die Bezeichnung „Interpret“ gleichbedeutend für:

Interpret

Interpretengruppe

Aussage eines erfolgreichen Konzertmanagers: "Veranstalte nie die Musik, die Dir gefällt!"

Nur wenn eine komplett fertige Konzert-Bühnen-Produktion (durchgeführt von einem verantwortlichen Produzenten) vorhanden ist, kann mit den Tourneevorbereitungen begonnen werden.

Das **interne Management** des Interpreten beauftragt eine Bühnenproduktionsfirma, welche ein mittels Briefing festgehaltenem Interpreten-Präsentationskonzept technisch realisiert.

Der Aufbau der Marktstrategie wird vom **internen Management** des Interpreten in Zusammenarbeit mit der Tonträgerfirma und dem Verlag durchgeführt.

Wichtig ist der Zeitpunkt der Tournee!!! (z. B.: gleichzeitige Herausgabe eines neuen Tonträgers usw. ...).

Sinnvoll ist ein Tourneestart erst ab ~ 40.000 LP (CD). Kleine Tourneen (in kleinen Clubs) werden nicht vom einen Tourneeveranstalter (Konzertdirektion) durchgeführt, weil dessen Kosten erst bei Veranstaltungen ab 600 Personen gedeckt sind.

Der "örtliche" Veranstalter:

Die "örtlichen" Veranstalter brauchen eine funktionierende Vorverkauf-Organisation.

Der Trend zu eigenen Hallen der Veranstalter oder zumindest einer Beteiligung an den Hallen ist, wie in den USA, auch in Europa zu erkennen.

Der "örtliche" Veranstalter übernimmt alle Kosten und trägt das Risiko der Veranstaltung. Er bezahlt den Tourneeveranstalter (Konzertdirektion) für die Konzertdurchführung.

Der Einsatz von Vorgruppen:

Vorgruppen werden meist nicht vom "örtlichen" Veranstalter, sondern wenn überhaupt, von der Tonträgerfirma bezahlt (die Vorgruppen sind meist bei derselben Tonträgerfirma unter Vertrag, wie der Hauptact-Interpret).

Vorsicht für Vorgruppen (Vorgruppe steht für Interpretengruppe und Solo-Interpret): Meist wird eine Vorgruppe eingesetzt und eigentlich „verheizt“, denn diese wird sehr oft bei ihrem Konzert-Vortrag nicht die notwendige Präsentationsmöglichkeit wie dem Star/Hauptact-Interpreten gegeben/zugestanden. Es wird der Vorgruppe untersagt Videoeinspielungen und Banner zu benützen und selbst machen sie den Fehler, dass nicht einmal auf der Basstrommel der Gruppennahme steht!?!?!? So passiert es (dies wurde getestet!) dass bei einem „Rolling Stone Konzert“ im Wiener Praterstadion keiner der mehr als 50 befragten Zuhörer wusste, wer die Vorgruppe ist! Die Vorgruppe ist glücklich im Vorprogramm von den Stones spielen zu können, aber für eine Vermarktung/Interpretengruppenwerbung ist es vollkommen uninteressant, den niemand im Publikum erkannte und merkte sich diese Gruppe und daher wird leider keiner eine Tonträger kaufen/herunterladen.

Die richtige Präsentation der Vorgruppe: Die Vorgruppe wird von dem Star/Hauptact-Interpreten persönlich dem Publikum vorgestellt. Das Publikum akzeptiert immer die Vorschläge/Meinung ihres Stars, und nur so hat die „Vorgruppe“ eine Chance vom vorhandenen Publikum akzeptiert/angenommen zu werden. Diese Möglichkeit besteht aber ausschließlich nur, wenn der Star/Hauptact-Interpret und die Vorgruppe bei der gleichen Tonträgerfirma oder/und bei dem gleichen internen Management unter Vertrag stehen. Nur eine Tonträgerfirma oder ein interne Management können so eine Promotions-Aktion auf der Bühne organisieren.

Die österreichische MB-Manager-Situation:

Mangels Musicbusiness-Wissens wird dieses logische Präsentationssystem, von keiner der österreichischen Firmen durchgeführt. Die meist Musicbusinessunwissenden Interpreten fordern das auch nicht. Man kann daher mit neuen, nationalen Interpreten nur ehrliches Mitleid empfinden.

Der reine Kartenverkauf deckt oft, auch bei ausverkauften Veranstaltungen, nicht die Kosten.

Durch die Zusammenarbeit mit dem **internen Management** des Interpret, des Verlages, der Plattenfirma und dem Tourneeveranstalter (Konzertdirektion) ist es möglich, dass ein Star zum Megastar gemacht werden kann.

Um für Nachwuchs-Interpreten, die am Beginn ihrer Karriere sind, Auftritte zu bekommen sind Konzertdirektionen, Tourneeveranstalter und "örtliche" Konzertveranstalter keinesfalls die richtigen Ansprechpartner.

Um für Nachwuchs-Interpreten Auftritte in Clubs, bei Stadtfesten, usw. ... zu erhalten, muss die gesamte Vorarbeit und Organisation vom **internen Manager** des Interpreten gemacht werden. Man kann sich vorstellen, dass dies alles sehr kostenintensiv ist und dass die Kosten der dafür notwendigen Organisation am Beginn der Interpreten-Karriere bei weitem die Einnahmen von den Konzerten des Interpreten überschreiten. Daher sind die, von unwissenden Interpreten für eine Konzertvermittlung angesprochenen Booking- Agenturen, welche ausschließlich für Konzert/Auftritts-**Vermittlung** zuständig sind, und für diese Vermittlung zwischen 15% und 25 % kassieren nicht in der Lage, die für Interpreten notwendige Management-Arbeit (außer einer Vermittlung) zu tätigen.

Übrigens: Vorsicht! Ein Clubbesitzer ist Wirt und nicht Veranstalter!

Daher:

In einem gut eingeführten Clublokal werden vom Publikum auch unbekannte Interpret akzeptiert, weil das Lokal fast ausschließlich wegen der Clubszene und nicht wegen des "aufretenden" Interpreten besucht wird. Der Clubbesitzer benötigt für sein Geschäft ein möglichst volles Lokal. Das ist der Antrieb auch auf seiner Bühne eine Aktion haben zu wollen. Er leistet aber keinesfalls die Arbeit, welche ein Konzertveranstalter zu erbringen hat.

Booking-Agenturen:

Eine Booking-Agentur ist keinesfalls für den Karriereaufbau eines Interpreten/einer Interpretengruppe zuständig!

Booking-Agenturen vermitteln an Interpreten ausschließlich die ihnen angebotenen Veranstaltungen. Für Interpreten organisieren/veranstalten Booking-Agenturen niemals Auftritte/Konzerte. Sie vermitteln ausschließlich für die ihnen angebotenen Veranstaltungen die entsprechenden Interpreten.

Keinesfalls wird ein Karrierestart eines Interpreten nur durch die, von einer Booking-Agentur vermittelten Auftritte/Konzerte ermöglicht. Die Booking-Agentur setzt, ihren Vermittlungs-Bedarf entsprechend, die ihr angebotenen Interpreten ausschließlich für die, ihr angebotenen Veranstaltungen ein.

Vorsicht: Kaum/selten passen solche Vermittlungs-Aktionen von Booking-Agenturen in ein Karriere-Aufbau und Projekt-Vermarktungs-Konzept eines Interpreten.

Das interne Management

Siehe weitere Infos über den internen Manager: **019/ Musicbusiness-Infos der HITfabrik**

Siehe weitere Infos über den internen Manager: **050/ Musicbusiness-Infos der HITfabrik**

Siehe weitere Infos über den internen Manager: **054/ Musicbusiness-Infos der HITfabrik**

Weitere, ergänzende Infos erhalten Sie von: office@hitfabrik.at
