

Für Musiker
und Bands!

DOC KOLONKO's

PDF GUIDE | Mai / Juni 2010

„MySpace als Werbemittel“

So nutzt du als Musiker dein MySpace-
Profil bestmöglich, um neue Fans zu
gewinnen und deine Musik zu bewerben



myspace
BandRadar



Bandologie

1. Was ihr in diesem PDF Guide erfahren könnt



Liebe Musiker bei MySpace,

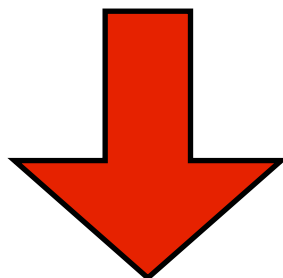
in diesem PDF Guide erfahrt ihr, wie ihr MySpace als Werbemittel einsetzen könnt.

Übrigens: Dieser fünfte PDF Guide ist das letzte Dokument der „Doc Kolonko“-Serie in Zusammenarbeit mit MySpace BandRadar.

Mehr Infos über das Musikbusiness, speziell geschrieben für Musiker, findet ihr übrigens unter anderem im „Doc Kolonko Archiv“:

www.bandologie.de/doc.html

Jetzt geht es los!



2. Das sind eure Möglichkeiten bei MySpace

... Eine Frage der Ehre ...

Hier bekommt ihr eine realistische, fachmännische Einschätzung, was ihr mit Hilfe eures MySpace-Profiles erreichen könnt ... und was nicht.

Einige von euch kennen bereits mein Projekt, Bandologie, bei dem ich Fachinformationen über das Musikbusiness ganz speziell für Musiker erkläre.

Das Besondere an Bandologie ist, dass ich euch immer nach bestem Wissen und Gewissen die Wahrheit über das Musikgeschäft vermittele. Diese Wahrheit ist manchmal bitter für Musiker – in vielen Bereichen gibt es allerdings auch Chancen für Musiker, die häufig übersehen werden ... übrigens auch von professionellen Musikern, wie mir kürzlich wieder schockmäßig klar wurde.

In diesem Ebook erfahrt ihr zunächst eure Chancen und wie ihr sie mit Hilfe von MySpace nutzen könnt, wenn ihr euch geschickt und kreativ anstellt.

Am Ende des Ebooks grenze ich noch mal ganz klar ab, was mit MySpace meiner Erfahrung nach in der Regel nicht möglich ist, obwohl das immer wieder Musiker glauben (... oder gar keine Ahnung haben; was ebenfalls immer noch vorkommt ... selbst bei Musikern, die schon ,seit Jahren im Biz‘ sind).

Eure Chancen bei MySpace und deren Umsetzung:



Möglichkeit

Mit MySpace könnt ihr euren Bekanntheitsgrad steigern

So geht's: Um Fans an eure Band zu binden, solltet ihr insbesondere in der Anfangsphase, aber auch später in eurer Musikerlaufbahn, persönliche Kontakte zu interessierten Musikhörern aufbauen. Ein Problem, das erstaunlich viele (erfolgreiche) Bands niemals lösen, ist, dass sie ihr Zielpublikum nicht kennen oder viel zu wenig „ehrliche Rückmeldungen“ von fremden Leuten einholen.

Ihr könnt diese Sache lösen, die nur die wenigsten Musiker hinkriegen, indem ihr euch einfach mal hinsetzt und NICHT ‚wie bekloppt‘ Freunde addet, sondern erst mal die Qualität - nicht die Menge - eurer Kontakte erhöht!

Nun, wie soll das konkret laufen? Nehmt euch für einen ersten Durchlauf 2 bis 3 Stunden Zeit, besucht die Profile von potenziellen Fans (Leute, die ähnliche Bands wie eure in ihrer Freundesliste haben) und schreibt ihnen etwas Persönliches! Die Chance, dass ihr mit einer persönlichen(!) Nachricht einen neuen, dauerhaften Fan gewinnt (man könnte auch sagen: einen Stammkunden) ist wesentlich höher, als wenn ihr 10 bis 20 „Spam“-Emails versendet, nach dem Motto: „Ey Alta, wir ham neues Album, hör mal rein!!!“ (ihr wisst schon, welche Art von ‚dämlichen‘ Privatnachrichten ich meine; sicherlich habt ihr so etwas auch schon erhalten.) Also: Zunächst mal persönliche Kontakte aufbauen, herausfinden, wie eure Fans wirklich ticken und daraufhin immer wieder euren Profil-Auftritt optimieren. Die meisten Bands machen den Fehler, dass sie glauben, bereits zu wissen, wie ihre Fans drauf sind und erstellen daraufhin Profile, die an ihren Leuten völlig vorbeigehen.

Die Königsklasse des Kontakt-Aufbaus erreicht ihr in dem Moment, in dem ihr denkt: „Hey der (oder die) erscheint mir so fähig und begeistert von meiner (unserer) Musik, der (oder die) könnte mein erstes Street-Team leiten!“

Ein Street-Team ist eine Gruppe von begeisterten Fans, die für eure Musik freiwillig Werbung machen. Um ein solches Team aufbauen zu können, muss eure Musik bereits auf einem sehr hohen Level sein und es müssen regelmäßig fremde Leute spontan überzeugt von euch sein.

Selbstverständlich kann man auch mehrere Street-Teams für seine Band gewinnen. Der Musiker Mickey Monroe, beispielsweise, hat 8 Street-Teams, die für ihn und seine Musik in ganz Deutschland aktiv sind.

Sobald ihr herausgefunden habt, wie ihr am besten persönliche Kontakte zu Fans aufbaut, könnt ihr euren Fokus wieder auf größere Dimensionen einstellen und eure Kontakte ‚auf Masse‘ ausbauen. – Die meisten Bands machen den Fehler, dass sie diesen ‚Schritt 2‘ (Massen-Kontakte) zeitlich vor ‚Schritt 1‘ (persönliche Kontakte) versuchen und dann häufig jahrelang nicht richtig vorankommen, weil sie keine Ahnung haben, was die Leute wirklich von ihnen als Band erwarten. – ... Die meisten Bands hier bei MySpace legen zudem ihre eigene ‚Latte‘ (das Level an Leistung und Wirkung, das die Band für den Zuschauer / Zuhörer liefert) viel zu niedrig. Also: Schreibt mal 50 bis 100 Leute persönlich(!) an (nehmt jeweils individuellen Bezug auf ihr Profil) und dann werdet ihr sehr schnell lernen, was eure Fans wirklich erwarten.

Wenn ihr soweit seid, dass ihr wirklich erforscht habt, wie die Leute ticken (und insbesondere, wie hoch ihre Ansprüche an einen Musiker heutzutage sind, von dem sie etwas kaufen würden), dann könnt ihr ab diesem Zeitpunkt mit dem Aufbau eurer Massenwirkung beginnen; beispielsweise könnt ihr auf eurer Webseite einen Newsletter einrichten und dergleichen.



Möglichkeit

Mit MySpace könnt ihr Musik- und Ticketverkäufe vorbereiten

So geht's: Gleich kommen wir noch dazu, was mit MySpace nach aktuellem Stand der Dinge nicht möglich ist; es wird dabei noch einmal um das Thema „Verkäufe“ gehen. Wichtiger als „der Verkauf“ selbst ist allerdings häufig, einen Verkauf mit viel Kreativität und Ideenreichtum vorzubereiten!

Eure Fans – eure potenziellen Musik-Käufer und Konzertbesucher – werden bereits von einer Vielzahl anderer Bands geradezu ‚umgarnt‘. Auch professionelle Bands zählen im Zeitalter des Internets zu eurer direkten Konkurrenz. Das bedeutet, ihr solltet den Leuten wirklich außergewöhnliche (und gute) Ideen und musikalische Inspirationen liefern. „Irgendeine Rockband“ oder „irgendeinen Rapper, der über Liebe und schlechte Verhältnisse schreibt“ findet man schließlich an jeder Ecke.

Sobald ihr das Interesse der Leute erstmals wecken und aufrecht erhalten könnt, seid ihr schon verdächtig nah dran, etwas erfolgreich verkaufen zu können ... bei MySpace könnt ihr die Leute 1. finden (siehe Möglichkeit 1) und könnt sie danach ‚aufheizen‘. – Alles, was danach stattfindet, müsst ihr nach aktuellem Stand außerhalb von MySpace abwickeln! (Beispielsweise Ticketverkäufe, CD-Verkäufe, Merchandising und dergleichen).

Tipps zu den Themen „Woher bekommen wir Merchandising ohne Vorab-Kosten?“ und „Wo können wir CDs am günstigsten pressen lassen“ erhaltet ihr in der Bandologie-Linkliste „Nützliche Links für Musiker“: www.bandologie.de/links.html



Möglichkeit

Mit MySpace könnt ihr erforschen, was eure Fans gut finden

So geht's: Ihr solltet das nicht unterschätzen: Kostenlose Marktforschungsmöglichkeiten, direkt aus eurer Internet-Leitung! Vor der großen Phase des Internets (ca. vor 1998 / 1999) war es sehr schwierig, Leute außerhalb seines Freundeskreises zu erreichen, die einem mal ehrlich die Meinung sagen.

Eure Chance, um euch von tausenden anderen Bands abzusetzen, liegt darin, im Detail herauszufinden, was Musikhörer sich heutzutage wünschen. Diese Möglichkeit lassen die meisten Musiker – in der Regel dann erfolglos – sausen

und arbeiten häufig jahrelang in eine falsche Richtung; völlig an den Leuten vorbei. Erneut: HIER beginnt eure Chance, um euch von der Masse der Musiker abzusetzen und in Richtung ‚Erfolg‘ zu starten.



Möglichkeit

Bei MySpace könnt ihr Musiker-Kontakte knüpfen

So geht's: Stellt euch folgendes vor: Ihr als Musiker hättet auf einmal in jeder wichtigen Stadt einen kostenlosen Schlafplatz, zwei bis drei Bands mit denen ihr sofort einen Auftritt spielen könnt und alle Clubbesitzer, Kneipenwirte und Konzertbooker würden sich immer freuen, euch endlich mal wieder zu sehen!

Ich verrate euch etwas, das ich in meiner Kooperation mit MySpace Deutschland als „Doc Kolonko“ darüber lernen konnte, warum viele Musiker in ihrer Laufbahn nicht vorankommen: Mehr als die Hälfte der Musiker, die mir von Januar 2010 bis Mai 2010 bei MySpace ihre Fragen gesendet haben, sind absolute ‚Flegel‘! Da ich in dieser Kooperation Musiker berate, habe ich allen angemessen geantwortet, aber unter vielen anderen Umständen – wenn ich nicht gerade speziell zur Beratung von Musikern da wäre – hätte ich vielen Musikern nicht zurückgeschrieben und hätte mir nur meinen Teil gedacht.

Eure Chance besteht darin, die ganz einfachen ‚Benimm-Regeln‘ eines anständigen, professionellen Kontakt-Aufbaus zu lernen. „Die Vernünftigen“ von euch (wahrscheinlich mehr als 90%, die es geschafft haben, bis Seite 7 zu lesen ☺) würden mir wirklich kaum glauben, welche Art von Emails ich von Musikern erhalten habe. In meiner bisherigen Laufbahn habe ich in der Musikerszene viele kreative und kluge Leute erlebt, aber was mir hier bei MySpace an ‚Lässigkeiten‘ entgegenschmettete, hätte ich kaum für möglich gehalten. ... Ihr dürft gern lauthals loslachen, wenn ich jetzt in Stichworten erkläre, was ihr beachten solltet, um einen Kontakt vernünftig zu eröffnen:

Tipps für ‚Anfänger‘, insbesondere für gewisse Rapper („„„Sprach-Künstler““““)

1. Eine persönliche Anrede kann Wunder wirken

2. Vollständige Sätze in einer Email sind durchaus sinnvoll, wenn man von dem Anderen etwas haben möchte (beispielsweise einen Live-Auftritt oder eine sinnvolle Information / Beratung)
3. **Tipp für Fortgeschrittene:** Wenn ihr ‚total professionell‘ sein möchtet, kommt es meistens gut, wenn ihr kurz darauf eingeht, was ihr bereits von eurem Gegenüber wisst (Beispiele: „Hallo Nils, ich habe bereits deine Webseite im Detail gelesen und habe nun noch folgende Frage: ...“ // „Lieber Herr [[Name des Konzertveranstalters]], ich besuche ihren Club regelmäßig, war besonders begeistert vom Konzert der Band [[...]] und würde nun gern selbst mit meiner Band bei Ihnen spielen ...“ // „Liebe Band [[...]], wir haben uns bereits alle eure Songs im MySpace-Profil angehört und finden euer Material sehr gut. Wir können uns gut vorstellen, häufiger mal Gigs gemeinsam ...“ etc.)
4. Euer Anliegen sollte eindeutig geklärt werden. Falls ihr euch nicht sicher seid, ob ihr alle Fragen formuliert habt, eröffnet einfach eine Reihe von „Bullet-Points“ (ein Sternchen (*) vor jeder Frage und ein Absatz nach jeder Zeile ...)
5. Satzzeichen und Absätze sind zwar „unter Internet-Kumpels“ nicht unbedingt notwendig, aber noch durchaus üblich! Ein Punkt (.) an der richtigen Stelle, ab- und zu ein Komma, ein Absatz zur besseren Übersichtlichkeit ... der Traum eines jeden, der eurer Anschreiben liest! ;)
6. Rächtschreibung ist wirklich überbewertet ... hey, ihr müsst ja nicht gleich schreiben können, wie die Lektoren des Duden-Verlags, – insbesondere als Musiker verzeiht man euch den einen oder anderen Fähler! ... Aber bitte, liebe Leute: es gibt heutzutage einfache Mittel, zumindest ‚in Grundzügen‘ zu überprüfen, ob die wichtigsten Begriffe eurer Email korrekt geschrieben sind ... im Zweifelsfall einfach mal eure Schreibweise bei ‚Google‘ eingeben; dort gibt es dann Vorschläge: „Meinten Sie ...?“
7. Zum Schluss ein kleiner Gruß ... damit man auch weiß, wem man zurückschreiben soll. Besonders schön finden es gewissermaßen „kultivierte“ Menschen ;), wenn unter dem Schreiben eine gängige oder angenehm kreative Grußfloskel steht. Da bekommt man direkt das Gefühl: „Ah, ein Zivilisierter!“ ;)
8. **Tipp für Fortgeschrittene:** Eine Autosignatur wirkt in der Regel professionell. Zudem weiß man sofort, wie man den Schreibenden erreichen kann. Übrigens; für alle Webmaster: Durch meine Autosignatur

in den Privat-Nachrichten bei MySpace kommen erstaunlich viele Leute auf meine Webseite! Die Klickrate, gerade in persönlichen Nachrichten, ist sehr hoch!

So ... das musste mal heraus. Ich vermute, die meisten von euch liegen jetzt halb lachend, halb weinend unter dem Tisch und amüsieren sich prächtig, bei der Vorstellung, was für Nachrichten mich da erreicht haben!! ... Zwei, drei von euch sind hoffentlich rot angelaufen und haben sich gleich mal bei einem Volkshochschulkurs angemeldet!? ... Und der Rest von euch hat wohl mindestens schmunzeln müssen.

Jetzt weiter im Text:

Wenn ihr euch sicher seid, dass ihr jetzt ‚anständige‘ Schreiben verfassen könnt, nehmt Kontakt zu einer Reihe von Bands auf, die eurer Band stilistisch ähnlich sind; die meisten Musiker freuen sich sehr über eine Anfrage, wenn es darum geht Auftritte gemeinsam zu spielen! ... Solche Kontakte zu knüpfen ist eine weitere Chance, die ihr bei MySpace kostenlos erhaltet und die erstaunlich viele Musiker nicht voll ausreizen oder überhaupt nicht nutzen. Daher: macht etwas draus!



Gratis-Interview

Bei MySpace könnt ihr von anderen Musikern lernen

So geht's: Das wichtigste Dokument zum Thema „MySpace als Werbemittel“, das ich euch sehr empfehlen kann, ist das ausführliche Interview mit dem erfolgreichen Profi-Sänger und -Songschreiber Mickey Monroe, der es schaffte, über 700.000 Besucher auf sein MySpace-Profil zu bekommen und dessen Besucherzahl noch immer kontinuierlich rapide ansteigt (vor einiger Zeit, in dem Interview, sprechen wir noch von ca. 500.000). Falls ihr nach „Gold“ sucht, im Bereich der Antwort auf die Frage „Wie kann ich durch MySpace meine Musiker-Karriere ankurbeln“, dann findet ihr es in diesem Interview:

www.bandologie.de/mickey.html

3. Was ist bei MySpace möglich und was nicht?



Die Grenzen des Internets

Folgendes geht bei MySpace in der Regel nicht

So geht's in der Regel nicht: Das Internet ... unendliche Weiten, unbegrenzte Möglichkeiten. ... Ihr kennt sicherlich diese Angebote, die einem erzählen wollen, dass im Internet einfach alles möglich wäre. Sinngemäß behaupten die:

- „Dein Netzwerk beträgt xxx.xxx potenzielle Kontakte“
- „Verkaufe deine Musik online und werde von A&Rs entdeckt“
- „Junge Talente gesucht“
- „Mach dich selbst zum Star“
- „Über XX Millionen Freunde warten auf dich“
- „Steigern Sie Ihre Umsätze mit Online-Marketing um XXX Prozent“
- „Internationale Kontakte zu über XXXX Firmen und Ansprechpartnern“
- „... ohne Limits“

Um es kurz zu machen: Bei MySpace werdet ihr in der Regel folgende Dinge nicht erreichen können:

1. Allein über euer MySpace-Profil einen sinnvollen Plattenvertrag ergattern (mehr dazu in diesem Interview: www.bandologie.de/daniel.html)
2. Allein über MySpace „berühmt werden“ (viele jüngere Musiker haben mich in einem ziemlich dämlichen Ton gefragt: ‚Wie werde ich berühmt!?) Mehr dazu: www.bandologie.de (nehmt euch einige Stunden Zeit und befasst euch mit den Inhalten bei Bandologie, bevor ihr jemandem eine solche, generelle und umfassende Frage stellt)
3. Allein über MySpace eine große Menge Auftritte kriegen. Bei MySpace sind einfach so viele Bands (allein in Deutschland über 470.000 Musiker-Profile), dass ihr die Booker, die eure Musik hören sollen, schon direkt auf euer Profil leiten müsst. Von allein werden sie – in der Regel – nicht dort landen

4. Direkt Verkäufe über MySpace generieren. Das ist übrigens per MySpace-Nutzungsbedingungen verboten. In meinem Blog-Eintrag zum Thema Cover-Songs ([hier entlang](#)) gibt es einen sehr deutlichen ‚Wink mit dem Zaunpfahl‘ zum Thema ‚wie sehr werden die Leute von MySpace wohl auf ihre Nutzungsbedingungen pochen‘ ... wie auch immer: In der Regel benötigt ihr einen separaten Online-Shop, wenn ihr einigermaßen vernünftige Umsätze durch Online-Verkäufe machen möchtet. Seid euch allerdings bewusst, dass sich im Internet für Musiker in der Regel nicht sonderlich viel Geld bewegt. Wen dieses Thema näher interessiert findet hier einen Artikel von mir, in dem ich auf einen Artikel im Spiegel hinweise; [Kommentar zum Spiegel-Artikel: »Das Internet, ein Armenhaus für Musiker«](#)
5. Allein über MySpace Konzerte füllen. Es bedarf erfahrungsgemäß einer lokalen (also örtlichen und in größeren Städten einer sehr massiven) Werbung, um eine örtliche Veranstaltung zu füllen. MySpace ist dabei eine schöne Ergänzung, allerdings solltet ihr euch dessen bewusst sein, dass Kontakte im Internet in sozialen Communities in der Regel eher locker und nicht so sehr verbindlich sind. Wenn ihr eure Fans ‚richtig‘ an euch binden wollt und eine langfristige, erfolgreiche Musiker-Karriere einsteuern wollt, dann solltet ihr eine eigene Webseite oder zumindest ein selbst aufgesetztes Newsletter-System betreiben, damit ihr alle Kontakt-Adressen ‚auf Abruf‘ parat habt. Die „Bulletins“ bei MySpace sind einfach zu viele, um als Fan einen Konzerttermin oder ähnliche Infos zu erfassen.
Mehr dazu, wie man seine Band optimal aufstellt und einen regelrechten Masterplan für seine Band erschaffen kann, im beliebten [Bandologie-Buch](#)
6. Eure Band nur per MySpace ‚breaken‘, also überregional bekannt, beliebt und ‚wertvoll‘ (häufig gebucht etc.) machen. Der Musiker Robbie Williams fasste in einem schönen Slogan zusammen: »[Reality Killed The Video Star](#)« ... auch ich beobachte das regelmäßig in der aktuellen Musiker-Szene des Jahres 2010: Die ‚richtigen‘ Umsätze und Erfolge werden noch immer in Konzert-Clubs und sozusagen ‚draußen‘ gefeiert! Das ist kein Wunschdenken von mir und wie ihr an meiner Webseite sehen könnt, bin ich der ‚zeitgemäßen Technik‘ gegenüber sehr aufgeschlossen; ich würde mir wirklich wünschen, dass man als Musiker ‚online‘ mehr reißen könnte, aber meine Gespräche mit erfolgreichen Musikern, Beobachtungen und Recherchen zeigen immer wieder: Relevante Einnahmen erzielen

erfolgreiche Musiker hauptsächlich über [Live-Konzerte, Merchandising und Spezialprodukte](#) (aus diesem Grund ist das auch der Titel eines Kapitels im Bandologie-Buch). Das gilt sowohl für deutschlandweit erfolgreiche Musiker als auch für riesige Bands, wie beispielsweise die Rolling Stones. Diese Band möchte ich als ein letztes Beispiel in diesem Ebook nennen und euch interessante Zahlen mitgeben, die ihr normalerweise so leicht nicht findet: „Als Beispiel wird das Bruttoeinkommen der Rolling Stones im Zeitraum von 1989 bis 2002 betrachtet. Von insgesamt eineinhalb Milliarden US-Dollar wurden 865 Millionen Dollar durch den Verkauf von Tickets und 136 Millionen Dollar durch Merchandising erwirtschaftet. 522 Millionen Dollar wurden durch den Verkauf von Platten eingespielt und 22 Millionen Dollar durch Sponsorships.“ (Quelle: [Johannes Raetz „Populäre Livemusik in Deutschland“](#), Seite 65) ... Dass sich dieses Einkommen in den letzten Jahren tendenziell weiter weg von Tonträgern – hin zu Live-Gigs und Merchandising – entwickelt hat, liegt auf der Hand.

In diesem Sinne ... macht etwas draus. Für die Schnell-Leser unter euch: Dieses war das letzte Ebook der „Doc Kolonko“-Serie.

Ich wünsche euch als Musiker und euren Bands alles Gute



Beste Grüße, euer


Doc Kolonko

www.bandologie.de