

7 PRAKTIJKTIPS VOOR DE ONDERNEMENDE MUZIKANT

Managers in het bedrijfsleven kunnen nog een hoop leren van de creativiteit van muzikanten. Ik kan het weten, want tot voor korte tijd was ik zelf zo'n manager die dagelijks in jasje-dasje naar kantoor reed. Het tegenovergestelde gaat echter zeker ook op. Het is bijna vloeken in de kerk, maar als muzikant moet je zakelijker gaan denken om te overleven. Als startende singer-songwriter bleek ik veel aan mijn zakelijke ervaring te hebben. Mijn belangrijkste tips deel ik graag met je!

Begin 2013 stopte ik met mijn baan als marketingmanager om de muziek in te gaan. Het is altijd al een droom van me geweest, maar ik heb eerst een studie Bedrijfskunde gedaan, omdat dat nu eenmaal de 'verstandige' keuze was en je daarmee 'altijd een vangnet zou hebben'. Dat de overstap naar de muziek niet makkelijk zou worden, daar had ik al op gerekend. Je begint immers met niets en moet in korte tijd toch brood op de plank krijgen. Wat ik niet voor mogelijk had gehouden, was dat ik zoveel zou hebben aan de zakelijke kennis die mijn studie en mijn kantoorjaren hadden opgeleverd. Want iedereen die zegt dat het in de muziekindustrie alleen draait om de muziek, liegt dat 'le barst. Daarom doe ik hierbij een aantal tips uit de doeken waar ik zelf de afgelopen tijd veel aan heb gehad. Ze gaan niet over de beste akkoordelingen of ideale ademtechnieken, maar over de belangrijkste bijzaken waar iedere muzikant vroeg of laat mee te maken krijgt: zelfstandig ondernemen. Wie zich realiseert dat dat net zo belangrijk is als muziek maken, heeft daar zowel op het podium als daarbuiten plezier van!

1. EEN GOEDE VOORBEREIDING Een goede voorbereiding is het halve werk. Je stapt immers ook niet onvoorbereid het podium op, nietwaar? Hoewel de meeste muzikanten het liefst 'in het moment' leven, is een gedegen voorbereiding en planning ook in de muziekwereld van groot belang. Niets zo zonde als de release van je nieuwe album als een nachtkraak uit te zien gaan, omdat die toevallig middenin de zomer is gepland en nauwelijks iemand er iets van meekrijgt omdat veel mensen op vakantie zijn.

Ik realiseer me dat het vloeken in de kerk is voor veel muzikanten, maar een basaal businessplan kan een wereld van verschil maken in je muzikale loopbaan. Eigenlijk is het niets meer dan het stellen (én voor jezelf beantwoorden) van een heleboel vragen (zie kader Vragen Voor Je Businessplan).

Ook als je al gruwet bij het idee van het vooruitdenken tot 2016, is het slim om dingen te plannen. Simpel klinkende zaken zoals regelmaat in je werkdag brengen, maken je al veel efficiënter als muzikant. Plan bijvoorbeeld elke maandag in voor bandrepetities, elke dinsdag om nieuwe liedjes te schrijven en elke woensdag voor het binnenhalen van nieuwe optredens. Niet voor niets

zweren de meeste van onze creatieve beroepsbroeders - romanciers bijvoorbeeld - bij een ijzeren regelmaat. Die begint bij muzikanten misschien liever niet al om zeven uur 's morgens, maar elke (werk)dag om elf uur

aan het werk gaan is ook een vorm van regelmaat!

2. DE DRIE P'S Managers (en marketeers in het bijzonder) smullen van afkortingen en zakenjargon. Break-even points, prijspenetratieniveaus, productproposities, noem het maar op. Laat je de vier p's van de marketingmix vallen (product, prijs, plaats en promotie), dan kunnen ze hun enthousiasme nauwelijks nog voor zich houden. Gelukkig hoeven wij als muzikanten niet direct wat met die veelal uitgekauwde universele waarheden. De muzikant heeft maar drie p's nodig: plezier, poen en promotie. Iedereen die muziek maakt en daarmee buiten de repetitieruimte wil komen, vraagt het zich af: hoe kom ik aan gigs en (als het

even kan) ook nog eens aan goede gigs? Wat zijn goede gigs eigenlijk? Idealiter moet elk optreden voldoen aan een gezonde mix van plezier, promotie en poen. Zelfs als je met muziek je brood moet verdienen, is optreden (gelukkig) vaak hartstikke leuk. Maar misschien heb jij ook wel optredens gedaan die je liever had overgeslagen omdat een avondje op de bank je meer plezier had gedaan. Als plezier in een optreden laag is, moet het een hoop poen opbrengen of goed zijn voor je promotie. Andersom geldt hetzelfde: een show met een hoge promotiewaarde levert vrijwel nooit euro's op en is ook niet altijd even leuk. Een bedrijfsfeest is meestal waardevol voor je naamsbekendheid en vaak niet goed voor je waardigheid, maar wel weer goed voor de poen in je portemonnee! Afijn, het principe is duidelijk: ga voor jezelf vóór het aannemen van een optreden na of het voldoet aan één of meerdere van de 3 P's. Is dat niet het geval, dan moet je misschien maar eens 'nee' verkopen. Wat me mooi brengt op het volgende onderwerp...

3. LAAT NIET OVER JE HEEN LOPEN Niemand in de wereld is op voorhand te vertrouwen, ook mensen die hun geld in de muziek verdienen helaas niet. Een vaak gehoorde klacht is dat onbekende muzikanten onder druk worden gezet om voor een maaltijd of voor helemaal niets te spelen onder het motto 'het is goed voor je promotie'. Zeker in het begin van je carrière zul je af en toe tegen een lage vergoeding moeten spelen, maar doe dat alleen als je denkt dat het je op een ander vlak iets oplevert (onthoud: plezier, promotie en poen).

Mijn motto is al jaren: 'als ik erop moet inleveren, kom ik niet'. Het sluit aan bij wat de Amerikaanse singer-songwriter Julian Velard me eens vertelde toen ik in zijn voorprogramma stond. Hij zei: 'Als mensen nog niet eens bereid zijn je iets te betalen, ongeacht het bedrag, dan nemen ze je niet serieus.' Daar heeft hij helemaal gelijk in! Als je minstens een onkostenvergoeding (of waar mogelijk een redelijke vergoeding) vraagt, ben je naar mijn mening geen diva, maar een zakelijke muzikant. Laat je markt-

prijs niet onder druk zetten, dat doen al genoeg andere bands voor je. Betekent dat dat je soms niet speelt? Jazeker. Wens de band die voor niets komt opdagen dan gerust een prettige wedstrijd en richt je op de wel interessante kansen. Tenzij 3FM belt voor een gratis optreden uiteraard, voor zulke promotie wil ik ook wel geld toeleggen!

4. KIK NAAR JE CONCURRENTIE Muzikanten vormen samen één grote muzikale familie! Schattig, maar slechts zeer ten dele waar. Begrijp me niet verkeerd: ik heb veel muzikantenvrienden die ik het allerbeste wens en zelfs graag verder help. Maar uiteindelijk zijn we ook allemaal kleine zelfstandige ondernemertjes die strijden voor hun plekje in de markt, iedere muzikant zal helaas minstens één keer te maken hebben gehad met afgunst van een andere muzikale collega.

Maar geneer je vooral ook niet om af en toe eens bij je concurrenten te kijken waar ze mee bezig zijn. Je moet geen songteksten jatten of iets dergelijks, maar kijk bijvoorbeeld waar gelijk-



OLIVER ALEXANDER (26) werkte tot voor kort als marketingmanager, maar besloot zijn baan op te zeggen om zich op zijn muzikale droom te kunnen richten. Deze zomer verschijnt zijn eerste ep, met een aanstekelijke mix van pop en jazz.
www.oliveralexander.nl
www.facebook.com/OliverAlexanderMusic

